



U2T for BCG Snapshot

ภาคใต้

จังหวัดยะลา





សារប័ណ្ណ

1. สารความยินยอมจาก 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 จังหวัดยะลา	ป
3.4 รายชื่อกรรมการบริหาร	ฝ
3.5 รายชื่อทีมร่วมพัฒนา	พ
3.6 หน่วยงานพันธมิตร	ม
3.7 ภาพรวมกิจกรรม	ส
4. รายงานภาพรวมโครงการ Snapshot U2T for BCG	1-118



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

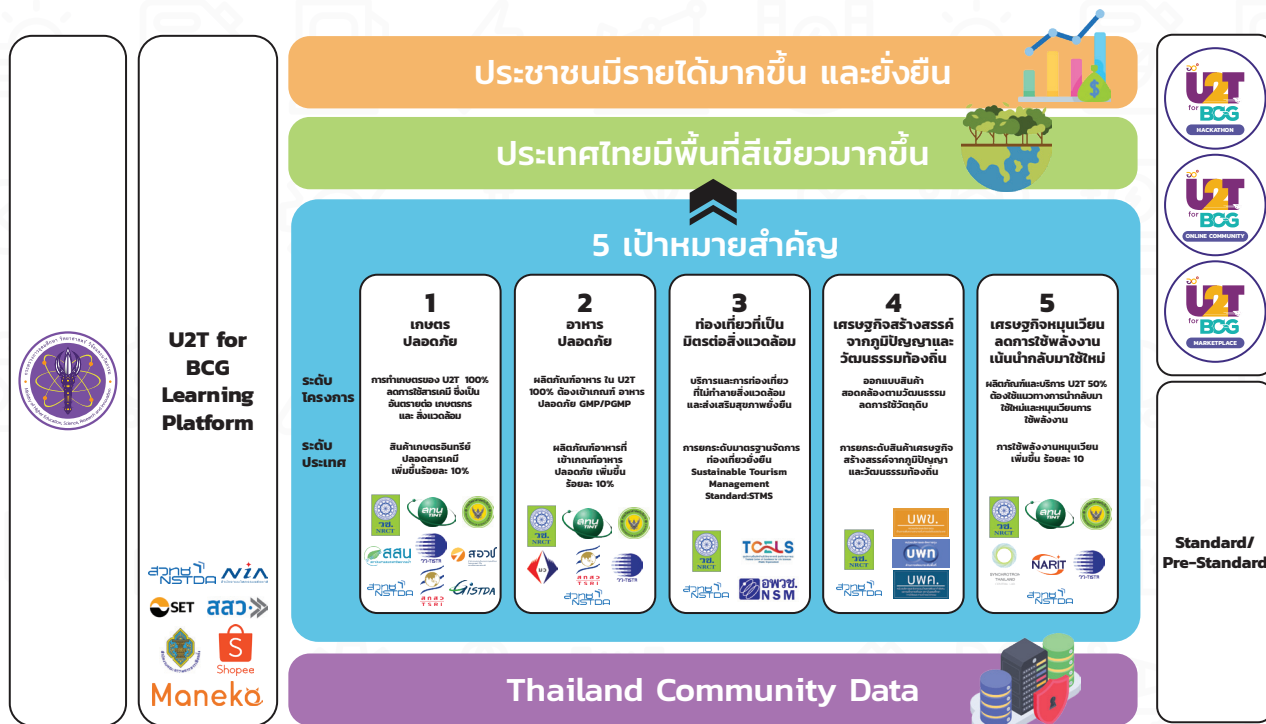
จากเหตุการณ์ต่างๆ ที่ผ่านมา ผมเห็นถึงความตั้งใจและความร่วมมือของบุคลากรชาว อว. หน่วยงานทุกภาคส่วน ที่ผนึกกำลังในการร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนให้กับประชาชน เรียนรู้ที่จะรับมือกับวิกฤติการณ์ต่างๆ ไปด้วยกัน รวมถึงขอขอบคุณทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ที่ทุกท่านมีจิตใจอันแน่วแน่ในการที่จะขับเคลื่อนโครงการ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



บทสรุปผู้บริหาร

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

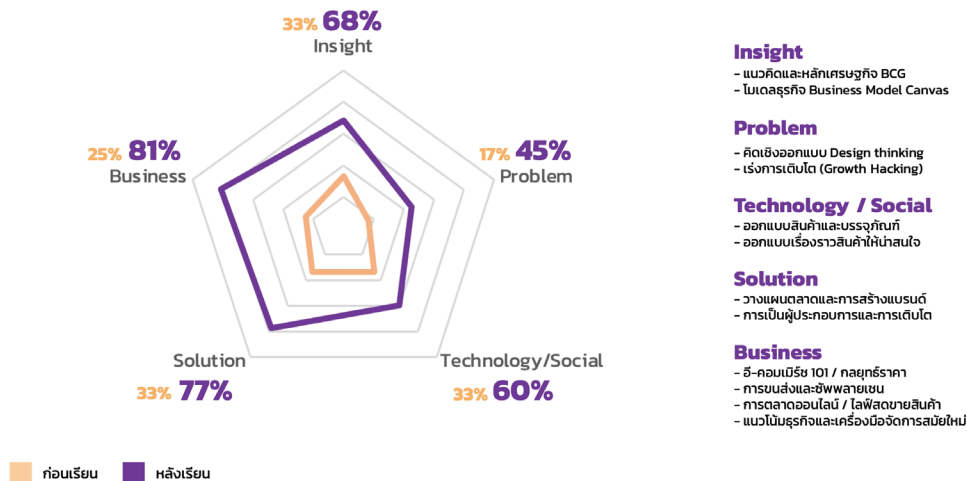
ในส่วนของการส่งเสริมองค์ความรู้ ทักษะและการเพิ่มขีดความสามารถ มีเนื้อหาหลักสูตรจำนวน 12 โมดูล โดยได้รับความร่วมมือและรับการอนุเคราะห์เนื้อหาจากหน่วยงานที่มีประสบการณ์โดยตรง ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (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. - องค์การมหาชน - เกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ	 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 อย่างไรก็ตามจากข้อจำกัดด้านเวลาและความต่อเนื่องทำให้การถ่ายทอดหลักคิดทางการออกแบบการแก้ปัญหาที่มีความจำเป็นยังถือว่าเป็นโอกาสสำคัญที่จะใช้เป็นสารตั้งต้นเพื่อวางแผนการอบรม 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

ตำบลทัพเสด็จ จังหวัดสระแก้ว
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

เส้นบะหมี่อบแห้งผสมโปรตีนจากดักแด้ไหมอีรี่

ปัญหาที่พยายามแก้ไข :

โครงการต้องการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเลี้ยงไหมอีรี่ เพื่อลดขยะจากกระบวนการเลี้ยงไหมอีรี่ให้เป็นศูนย์ โดยนำเอาดักแด้ที่เป็นเศษเหลือทิ้งจากกระบวนการเลี้ยงไหมอีรี่มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง และใช้เทคโนโลยีไม่ซับซ้อน สร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยไม่เหลือส่วนที่เป็นขยะทิ้งไว้ให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม จากกระบวนการเลี้ยงไหมอีรี่ ที่เป็นไหมป่า เลี้ยงง่ายและกินใบไม้บนสำปะหลังเป็นอาหาร ใช้ใบไม้บนสำปะหลังที่เป็นเศษเหลือทิ้งจากการปลูกบนสำปะหลังมาเลี้ยงไหม ผลิตรังไหมขายสร้างรายได้ 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" จักรกษัตริย์**

ผงโปรตีนปรุงรสจากชิ้นส่วนของปลาผสมกบ

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 :

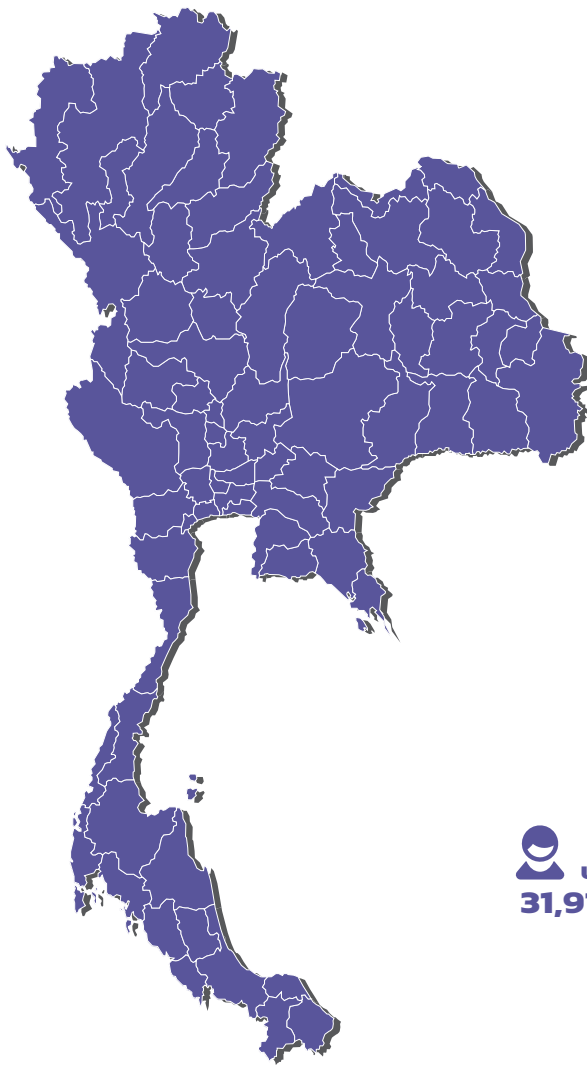
- ลดปริมาณสารแทนนินที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- ช่วยลดภาวะโลกร้อนและฟื้นฟูระบบนิเวศภายในชุมชน
- ลดปริมาณขยะจากการผลิตมะพร้าวแก้วในชุมชน

แนวทางการแก้ไขปัญหา :

เนื่องจากที่บ้านน้อย อ.เชียงคาน จ.เลย มีเปลือกและกะลามะพร้าวที่เหลือจากการผลิตมะพร้าวแก้วจำนวนมาก ทางผู้ปฏิบัติงาน จึงได้เล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และได้นำเอาเปลือกและกะลามะพร้าวมาแปรรูปให้เป็นวัสดุเพาะปลูก เพื่อเป็นการลดขยะ รักษาระบบนิเวศและสร้างรายได้ให้กับชุมชน

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

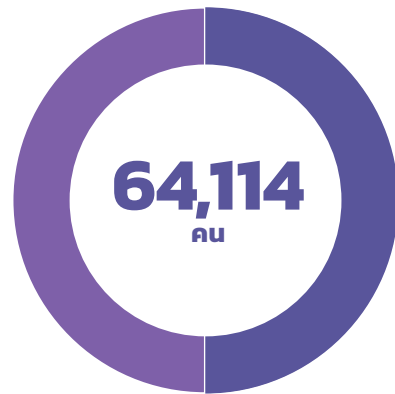


จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

 ประชาชน
31,919 คน



 บัณฑิต
32,195 คน



เกษตรปลอดภัย
977 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
818 โครงการ



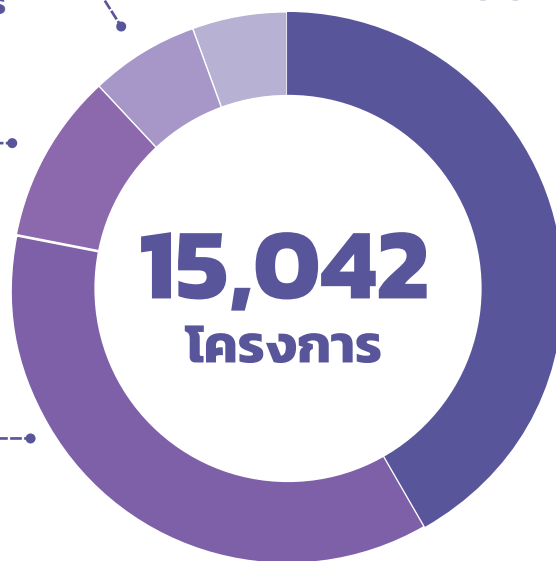
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเป็นน้ำกลับมาใช้ใหม่
1,466 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
6,290 โครงการ



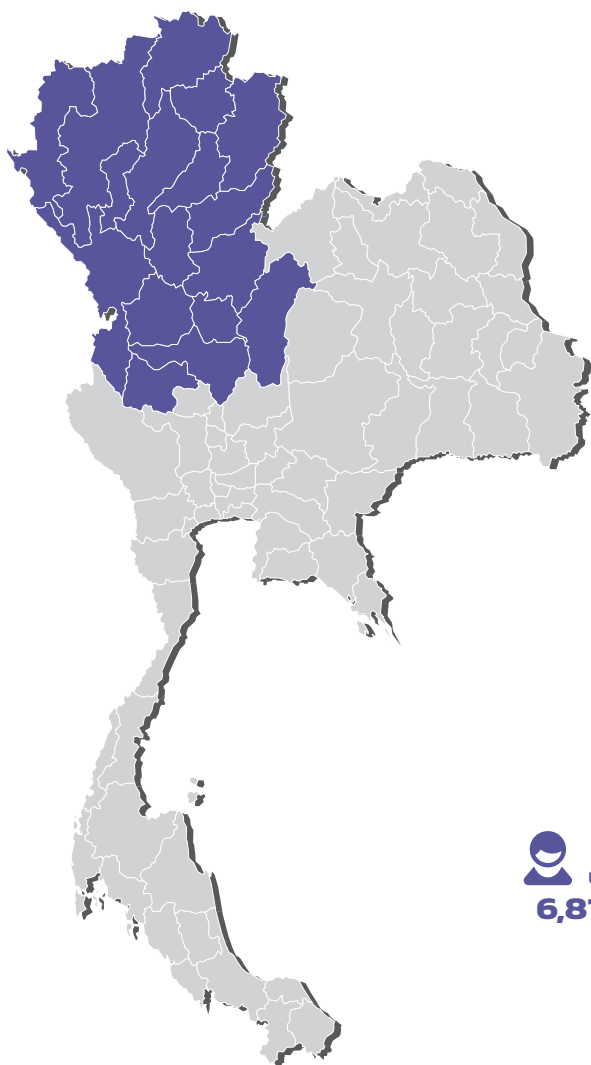
อาหารปลอดภัย
5,491 โครงการ



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



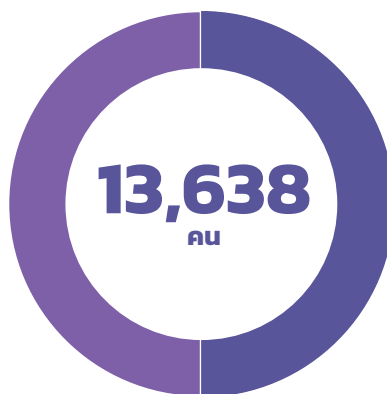
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เกษตรปลอดภัย
208 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
161 โครงการ



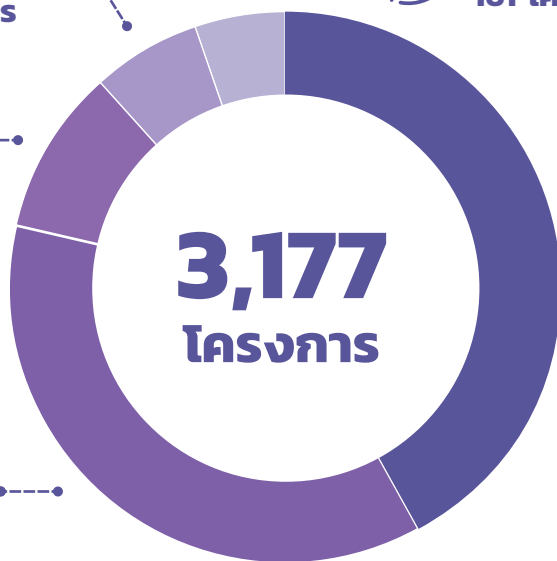
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
309 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
1,340 โครงการ



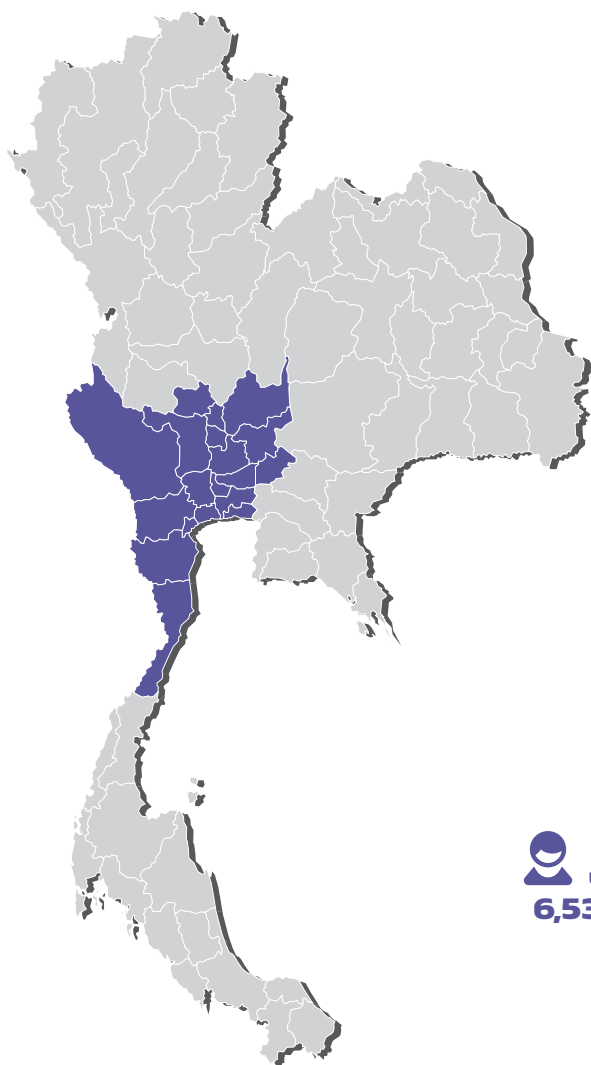
อาหารปลอดภัย
1,159 โครงการ



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



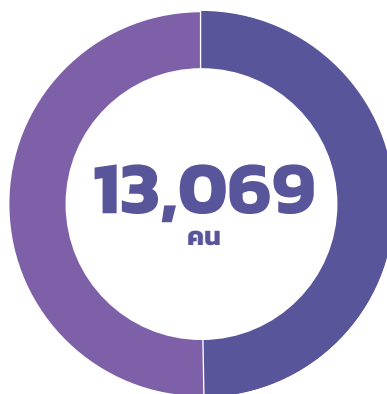
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เกษตรปลอดภัย
222 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
195 โครงการ



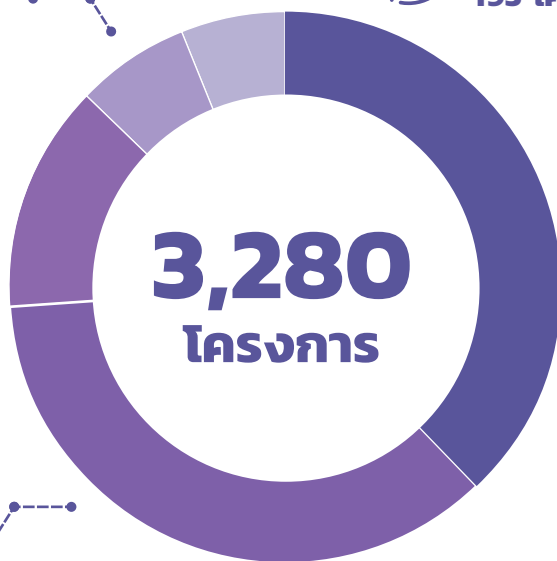
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
433 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
1,243 โครงการ



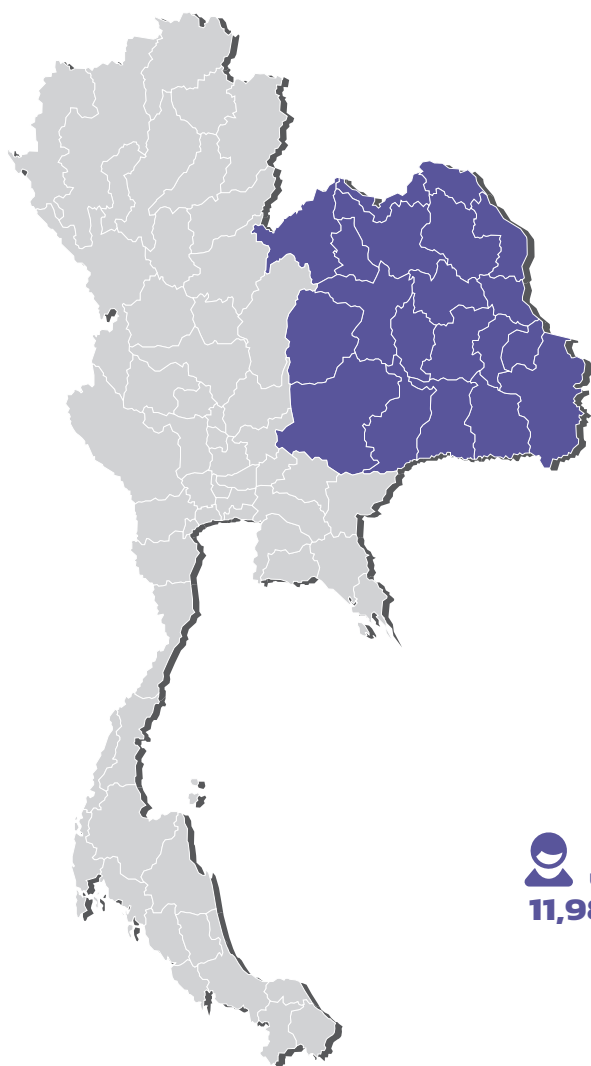
อาหารปลอดภัย
1,187 โครงการ



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



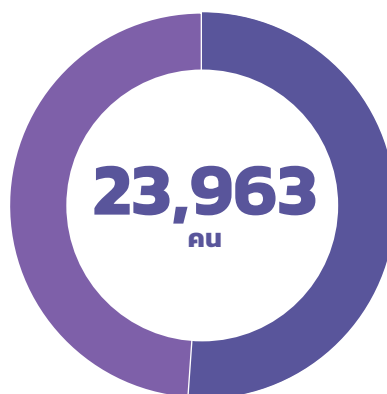
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เกษตรปลอดภัย
355 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
174 โครงการ



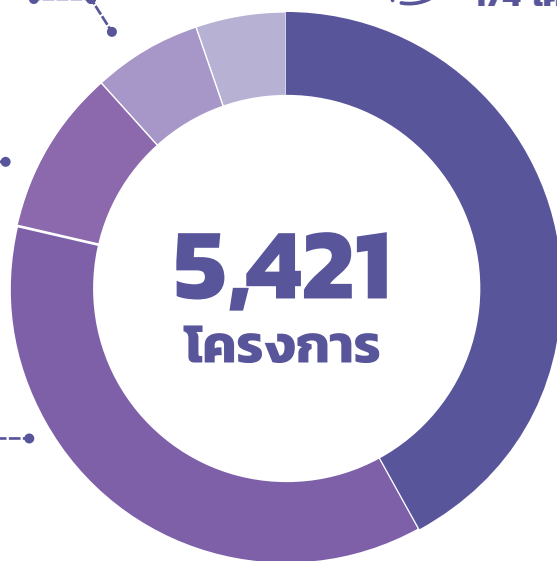
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
441 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
2,553 โครงการ



อาหารปลอดภัย
1,898 โครงการ



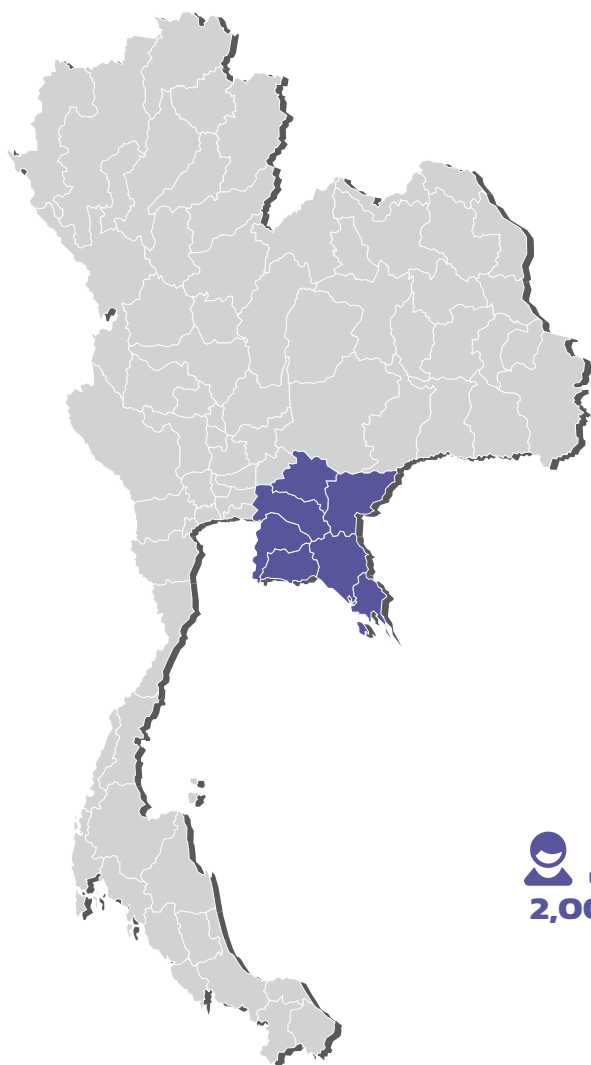
จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย

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

”



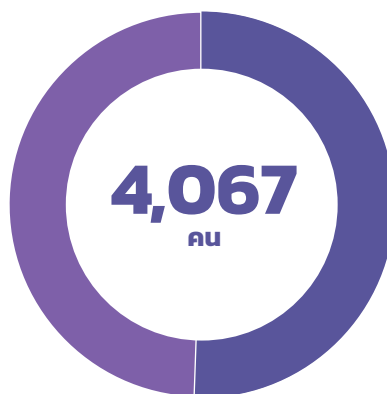
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
79 โครงการ



เกษตรปลอดภัย
72 โครงการ



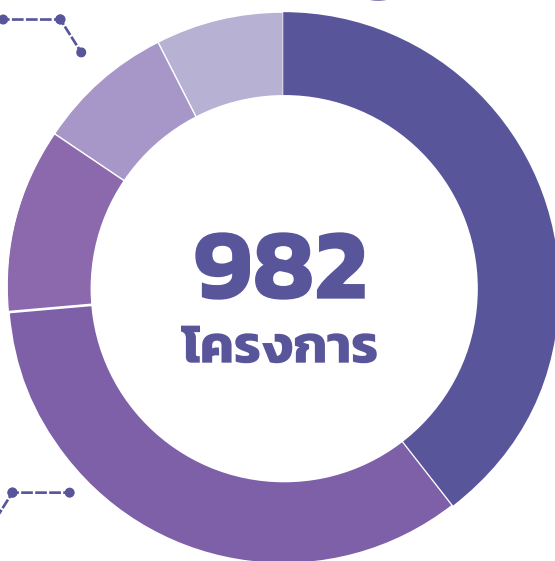
ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
106 โครงการ



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



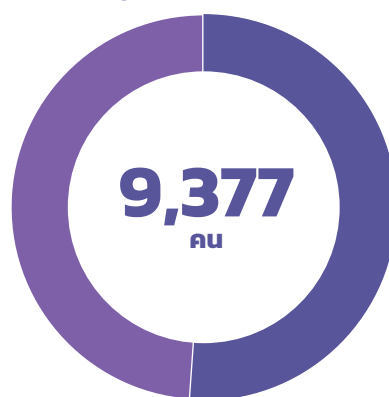
จำนวนมหาวิทยาลัย



จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
182 โครงการ



เกษตรปลอดภัย
120 โครงการ



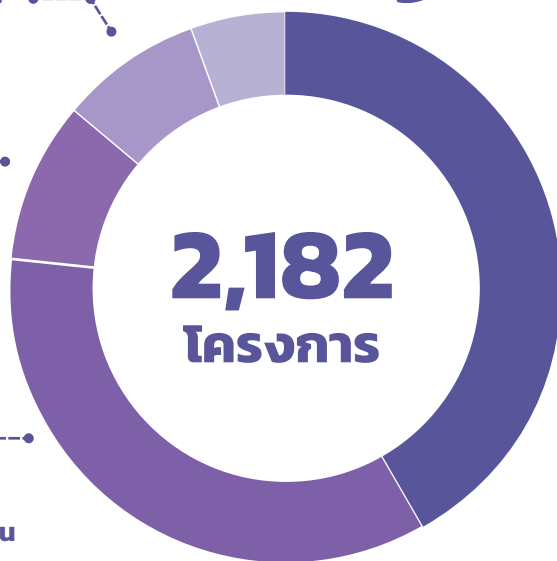
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
204 โครงการ



อาหารปลอดภัย
911 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
765 โครงการ



จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลลัพธ์ จังหวัดยะลา

“

รายงานผลลัพธ์จังหวัดยะลา มีมหาวิทยาลัยเข้าร่วม 3 มหาวิทยาลัย
ครอบคลุม 58 ตำบล มีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 538 คน แบ่งเป็น
บัณฑิต 269 คน ประชาชน 269 คน โดยผลงาน BCG จำนวน 118 โครงการ
ที่สอดคล้องและตรงตาม 5 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้ ด้านเกษตรปลอดภัย
9 โครงการ ด้านอาหารปลอดภัย 32 โครงการ ด้านท่องเที่ยวที่เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ 10 โครงการ ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่ 23 โครงการ และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 44 โครงการ

”



จำนวนมหาวิทยาลัย

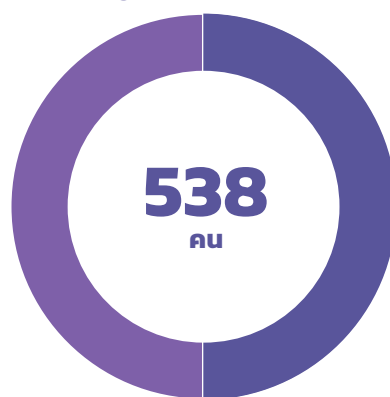


จำนวนตำบล



จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

 ประชาชน
269 คน



 บัณฑิต
269 คน



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
10 โครงการ



เกษตรปลอดภัย
9 โครงการ



เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
23 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
44 โครงการ



อาหารปลอดภัย
32 โครงการ

จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย



รายชื่อกรรมการบริหาร



ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพจน์ ทรายแก้ว
กรรมการ



นายกิตติ สัจจาวัฒนา
กรรมการ



รองศาสตราจารย์ยัชนิษฐา นันทบุตร
กรรมการ



นางสาวดวงพร เสงี่ยมพันธ์
กรรมการ



นายนา ยันตรโกวิท
กรรมการ



นางสาวนิสากร 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



รายชื่อทีมร่วมพัฒนา

ทีมพัฒนาระบบบริหารโครงการและนวัตกรรม



นายพนรพงศ์ ตั้งธีระสุนันท์



นางกัลยาณี กัฟหชัยบุรณ์



นายวิศิษฐ์ สุนทร



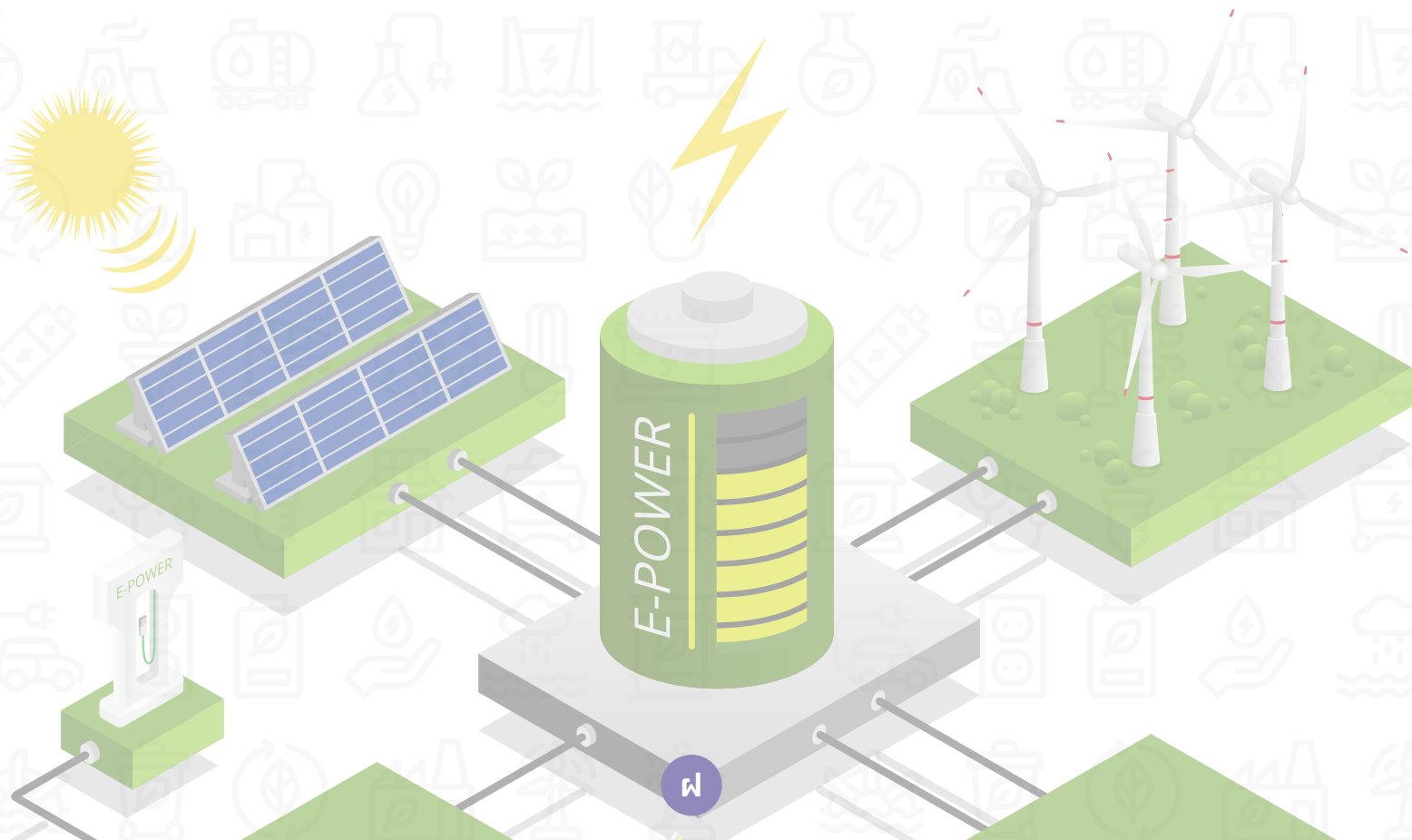
นายวิศร เผ่าวนิช



นางสาวชยานันท์ชัย ไชยวัฒนพงศ์



นายรณภัทร สิ้นธุรวารรณ



The background of the entire page is a semi-transparent purple overlay. Underneath this overlay is a photograph of several hands of different skin tones working together to assemble white puzzle pieces. The hands are positioned around the puzzle pieces, with some fingers pointing to specific pieces and others holding them in place. The puzzle pieces are interlocking, and the overall scene conveys a sense of teamwork and collaboration.

หน่วยงานพันธมิตร

หน่วยงาน อว. สนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยี



หน่วยงาน อว. สนับสนุนความรู้ ต่อยอดผู้ประกอบการ



ภาครัฐ หน่วยงานในพื้นที่/ท้องถิ่น



ภาคเอกชน สนับสนุนและถ่ายทอดเทคโนโลยี



ภาพรวมกิจกรรม



ภาพรวมกิจกรรม





U2T for BCG Snapshot

1.	อำเภอ กรงปับัง	1
2.	อำเภอ กาบัง	9
3.	อำเภอ ธารโต	13
4.	อำเภอ บันนังสตา	21
5.	อำเภอ เบตง	33
6.	อำเภอ เมืองยะลา	44
7.	อำเภอ ยะหา	73
8.	อำเภอ รามัน	87



PS65006123 : บริการวิชาการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์มะพร้าวคั่วและมะพร้าวแก้วเพื่อส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสตรี



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.กรงปินัง อ.กรงปินัง จ.ยะลา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : มะพร้าวคั่ว

รายละเอียด : มะพร้าวคั่ว เป็นผลิตภัณฑ์ที่คนในชุมชนบริโภคอยู่เป็นประจำ โดยมีการนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหาร เช่น ข้าวผัด นาซิดาแม น้ำซุป เป็นต้น

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เทคโนโลยีโซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด

การถนอมอาหาร

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

มะพร้าวคั่ว เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้สินค้าตรา Krongpinang CoCo เป็นผลิตภัณฑ์ที่คนในชุมชนบริโภคอยู่เป็นประจำ โดยมีการนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหาร เช่น ข้าวผัด นาซิดาแม น้ำซุป เป็นต้น โดยนำมามะพร้าวจากกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกมะพร้าวภายในชุมชน มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าในชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญ หรือสมาชิกในครัวเรือนที่มีความรู้ของการทำมะพร้าวคั่ว และนวัตกรรมที่ใช้เป็นวิธีการอบแห้งนานกว่า 3-5 ชั่วโมง เพื่อทำให้มะพร้าวคั่วมีกลิ่นหอม รสชาติหวานจากมะพร้าวแท้ 100% ไม่ผสมน้ำมันหรือน้ำตาล ปราศจากจากวัตถุกันเสีย และสามารถเก็บรักษาได้นาน ถนอมสินค้าให้ยืนอายุได้นานขึ้น โดยนำมาพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รสชาติ กลิ่น ที่หลากหลายกว่าเดิม เหมาะกับทุกกลุ่มเป้าหมาย และการทำบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดและน่าสนใจ ซึ่งทางทีม U2T ตำบลกรงปินัง ได้มีการคำนวณต้นทุนการผลิตเพื่อกำหนดราคาให้เหมาะสมกับผู้บริโภค โดยจะเป็นการเพิ่มมูลค่าจากสิ่งที่มีอยู่ในตำบลให้แก่นักในพื้นที่ และเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน มีการสร้างจุดขายโดยการสร้างแบรนด์ดีให้น่าเชื่อถือ สร้างสินค้าให้มีคุณภาพ และสร้างช่องทางการจำหน่ายทั้งขายปลีกและส่ง ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่บริโภคส่วนใหญ่เป็นแม่ค้าขายของชำ ขายข้าวผัด นาซิดาแม และคนภายในพื้นที่ตำบลกรงปินัง นอกจากนี้ยังมีการขยายตลาดออกสู่คนนอกพื้นที่ เพื่อส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านผลิตภัณฑ์กรงปินัง

ออนไลน์ : U2T ตำบลกรงปินัง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปหลัง





PS65016825 : บริการวิชาการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วเพื่อส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มสตรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.กรงปินัง อ.กรงปินัง จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : มะพร้าวแก้ว

รายละเอียด : มะพร้าวแก้วเป็นการนำประโยชน์จากมะพร้าวเนื้ออ่อนให้คุ้มค่า และเพื่อยืนอายุของมะพร้าวให้มากที่สุด โดยการนำมะพร้าวมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เทคโนโลยีและสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการตลาด
การนำสัจจากธรรมชาติที่ได้จาก วัตถุดิบท้องถิ่น
การออกแบบบรรจุภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

มะพร้าวแก้ว เป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้สินค้า ตรา Krongpinang CoCo ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำเนื้อมะพร้าวอ่อนมาแปรรูปเป็นขนมขบเคี้ยว มีลักษณะรูปร่างพวย ขนาดพอดีคำ และมีสีน้ำตาลใสที่ น่ารับประทาน จากการนำสัจจากธรรมชาติ ที่ได้จากวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ใบเตย ดอกอัญชัน กระเจียว ฟักทอง เป็นต้น มะพร้าวแก้วเป็นขนมทานเล่นที่สามารถรับประทานได้ทุกเพศทุกวัย เหมาะสำหรับซื้อเป็นของฝากทุกเทศกาล มีให้ผลิตทุกฤดูกาล นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วได้เน้นรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มความน่าดึงดูด และสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งทางทีม U2T ตำบลกรงปินัง ได้มีการคำนวณต้นทุนการผลิตเพื่อกำหนดราคาให้เหมาะสมกับผู้บริโภค โดยการเพิ่มมูลค่าจากสิ่งที่มีอยู่ในตำบลให้แก่คนในพื้นที่ ซึ่งมีจุดขายโดยการสร้างแบรนด์ให้น่าเชื่อถือ สร้างสินค้าให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งขายปลีกและส่ง ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ด้วยการจัดโปรโมชั่น และทดลองให้กินฟรี โดยกลุ่มลูกค้าที่บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนร้านน้ำชา ร้านอาหารเข้าร้านขายของชำ นักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านเข้าออกตำบลกรงปินัง และคนภายในพื้นที่ตำบลกรงปินัง ซึ่งมีการขยายตลาดออกสู่คนนอกพื้นที่ เพื่อส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,150

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ผลิตภัณฑ์กรงปินัง

ออนไลน์ : U2T ตำบลกรงปินัง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ปูลอง อ.กรงปินัง จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : เบาะรักษ์สุขภาพ

รายละเอียด : เป็นเบาะรองนั่งที่ทำมาจากนุ่นแท้ 100%

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Reuse (การใช้ซ้ำ)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เบาะรักษ์สุขภาพพร้อมใช้

การจัดอบรมเบาะรักษ์สุขภาพ

พัฒนาตลาดและรูปทรงของเบาะรองนั่ง

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

กลุ่มเบาะรักษ์สุขภาพมีช่องทางการจำหน่ายช่องทางเดียว คือ หน้าร้าน ทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่ไม่หลากหลาย หลังจากสถานการณ์โควิดทำให้ยอดขายของกลุ่มลดลง ทางทีมงาน U2T ตำบลปูลอง เล็งเห็นความสำคัญของตลาดออนไลน์ จึงมีการส่งเสริมให้เพิ่มการขายผ่านรูปแบบ Digital Marketing เพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าและช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่สนใจได้เลือกซื้อสินค้าตามความต้องการมากขึ้น

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 13,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : PR Bedding

ออนไลน์ : PR Bedding

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





PS65006646 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์กาสะแม (Pong Mae) ด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ของกลุ่มเยาวชนรุ่นใหม่ ตำบลสะเอะ อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.สะเอะ อ.กรงปินัง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ปองแมสะเอะ (Pong Mae Sa-eh)

รายละเอียด : รสชาติของกาสะแม จะมี 4 รส กะทิ ใบเตย ทุเรียน มังคุด

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : มากกว่า 3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เทคนิคในการยืดอายุผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการเผยแพร่การตลาดและการประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดีย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

เป็นการวางแผนเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์กาสะแม ภายใต้แบรนด์ Pong Mae (Sa-ae) ตามแนวคิดโมเดล เศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการเยาวชนรุ่นใหม่ในพื้นที่ ต.สะเอะ อ.กรง ปิ๊ง จ.ยะลา ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมคือ กาสะแม รสกะทิสด เพียงอย่างเดียวที่ โดยทีม U2T ต.สะเอะ ได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทั้งนี้ เพื่อหาความเป็นไป ได้ในการเปิดตัวสินค้าใหม่ที่จะต้องออกแบบสินค้าให้มีความน่าสนใจ รวมถึงการกำหนดทิศทางการขาย ภายในชุมชน ต.สะเอะ พื้นที่ใกล้เคียง ทั่วจังหวัดในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยผ่านตลาดออนไลน์ มีการ คำนวณต้นทุนการผลิต เพื่อกำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค ทางกลุ่ม ทีม U2T ต.สะเอะ ยัง กำหนดช่องทางการจำหน่าย ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาสะแม ภายใต้แบรนด์ Pong Mae (Sa-ae) สร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพแก่ชุมชนตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model)

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 9,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านซั๊กซา ร้านblack mango ร้าน fresh coffee

ออนไลน์ : Pongmae by stylish kampong

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65017597 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์กาสะแม (Pong Mae) ด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ในรูปแบบตลาดออนไลน์



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.สะเอะ อ.กรงปินัง จ.ยะลา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ตลาดออนไลน์ (Pong Mae Sa-eh)

รายละเอียด : การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการเผยแพร่ การตลาดและประชาสัมพันธ์ทาง โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook Tiktok Instagram เพื่อการสนับสนุน การขาย และการตัดสินใจของลูกค้า

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : มากกว่า 3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การโฆษณาสินค้าบนแพลตฟอร์ม

การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อการตลาด

การประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดีย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจมีเป้าหมายหลักคือ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กาสะแม ภายใต้แบรนด์ Pong Mae (Sa-ae) ตาม แนวคิดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการเยาวชนรุ่นใหม่ในพื้นที่ ต. สะเอะ อ.กรงปินัง จ.ยะลา ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมคือ กาสะแมรสกะทิสด เพียงอย่างเดียวที่ โดยทีม U2T ต.สะเอะได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทั้งนี้ เพื่อ หาคำตอบเป็นไปได้ในการเปิดตัวสินค้าใหม่ที่จะต้องออกแบบสินค้าให้มีความน่าสนใจ รวมถึง การกำหนดทิศทางการขายทั้งตลาดในชุมชนและต่างจังหวัดทั้งในและต่างประเทศผ่านตลาดออนไลน์และเทคโนโลยีการสื่อสาร มีการคำนวณต้นทุนการผลิต เพื่อกำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค ทางกลุ่ม ทีม U2T ต. สะเอะ ยังกำหนดช่องทางการจำหน่าย ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาสะแม ภายใต้แบรนด์ Pong Mae (Sa-ae) สร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพแก่ชุมชนตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model)

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 9,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านเครื่องดื่มในพื้นที่ เช่น ร้านชัชชา ร้าน Black Mango ร้าน fresh coffee

ออนไลน์ : Pongmae by stylish kampong

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



PS65010995 : พัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศสร้างสรรค์ตำบลห้วยกระทิง อำเภอกรงปินัง จังหวัด

ยะลา



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.ห้วยกระทิง อ.กรงปินัง จ.ยะลา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศสร้างสรรค์

รายละเอียด : การท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ตำบลห้วยกระทิง อำเภอกรงปินัง จังหวัดยะลา

โดยเริ่มตั้งแต่จุดเช็คอินหินชนกัน เส้นทางธรรมชาติน้ำตกบาตุมอ ลอดถ้ำชมหินงอกหิน

ย้อยประกายเพชร ชมปลาท้องถิ่นริมลำธารถ้ำ ศึกษาชีวิตเต่าจักร ส่องกล้องดูนางอายและ

เลียงผา พร้อมกับการทำนุรูปแบบการตั้ง Camping ในพื้นที่

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ธุรกิจการท่องเที่ยวออนไลน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ระบบการสั่งจอง package การท่องเที่ยวทางออนไลน์

เทคโนโลยีการทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

การสแกนQR-Code จุดแนะนำต่างๆของสถานที่

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

จัดเตรียมคณะกรรมการและสมาชิกให้มีความพร้อมของพื้นที่ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านพื้นที่ ที่พัก อาหาร การเดินทางและเริ่มวางขาย Package ท่องเที่ยว เพื่อเปิดรับนักท่องเที่ยว และจัดทำวีดิทัศน์นำเสนออีกครั้งเพื่อให้เป็นที่แพร่หลายมากยิ่งขึ้น

06 : ผลิตภัณฑ์/บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,300

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : การบอกปากต่อปากจากผู้ที่มาใช้บริการ

ออนไลน์ : ถ้าบาตุมอ CAVE Batuga

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





PS65011095 : พัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศสร้างสรรค์ตำบลห้วยกระทิง อำเภอกองปี่นัง จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ห้วยกระทิง อ.กรงปี่นัง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การตลาด onsite และ online การท่องเที่ยวทางธรรมชาติเชิงนิเวศสร้างสรรค์

รายละเอียด : การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลห้วยกระทิง ตั้งแต่จุดเช็คอินฟินชนกัน เส้นทางธรรมชาติน้ำตกบาตูกอ ลอดถ้ำชมหินงอกหินย้อยประหลาดเพชรชมปลาท้องถิ่นริมลำธารถ้ำ ศึกษาชีวิตเต่าจักร ส่องกล้องดูนางอายและเสียดผา พร้อมกับกำหนดรูปแบบการตั้ง Cam

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

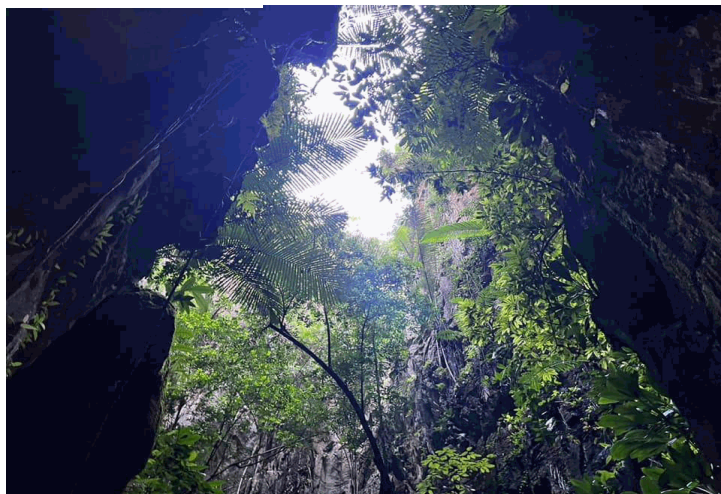
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การประชาสัมพันธ์ผ่านช่อง YouTube และ TIKTOK
การสร้างแผนที่เส้นทางและ QR-code
การสร้างเพจและ Facebook

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

จัดเตรียมคณะกรรมการและสมาชิกให้มีความพร้อมจัดเตรียมข้อมูลพื้นฐานด้านทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ ในพื้นที่ในด้านต่างๆ พื้นที่ ที่พัก อาหาร การเดินทาง และวางขาย Package ท่องเที่ยว เพื่อเปิดรับนักท่องเที่ยว และจัดทำวีดิทัศน์นำเสนออีกครั้ง

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,300

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : การบอกปากต่อปากจากผู้ที่มาใช้บริการ

ออนไลน์ : ถ้าบาตูกอ CAVE Batuga

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.กาบัง อ.กาบัง จ.ยะลา

บัญชี 6 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผลิตภัณฑ์กล้วยตากเค็ม กาบัง

รายละเอียด : จำหน่ายกล้วยตากที่รสชาติหลากหลายเช่นรสเค็ม รสกาแฟ สบุนไพรรสไคร้ ใบมะกรูด กระเทียม จำหน่าย 50 กรัมขึ้นไป มีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดตั้งแต่ 50 กรัม 100 กรัม พร้อมติดสติ๊กเกอร์เพื่อป้องกันความชื้นและจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพจัดเก็บได้นาน

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เพิ่มมูลค่าให้กับกล้วยตากด้วยการเพิ่มรสชาติที่หลากหลายใหม่ ๆ เพื่อสร้างจุดขายให้กับสินค้า

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ คุณภาพและมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถเก็บได้นาน

อบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

มีการควบคุมผลิตภัณฑ์กล้วยตากอบกรอบ รสชาติใหม่ ๆ ความสะอาด เพิ่มความหลากหลายของรสชาติ เช่น รสเค็ม รสกาแฟ รสสมุนไพร ใช้วัสดุดีในชุมชน เช่น ตะไคร้ ใบมะกรูด พริกแห้งทอด ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถจัดเก็บได้นาน จำหน่ายร้านค้า และทาง เพจ Facebook line

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 11,760

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านข้าวกะเด๋ห้กาบัง

ออนไลน์ : กล้วยตากเค็ม กาบัง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65011998 : การพัฒนาตลาดออนไลน์ถั่วโอชา กระดะห์ กาบัง

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.กาบัง อ.กาบัง จ.ยะลา

บัญชี 6 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ถั่วโอชา กระดะห์ กาบัง

รายละเอียด : จำหน่ายถั่วโอชาที่รสชาติหลากหลายเช่น รสกะทิ รสเค็ม รสกาแฟ สุนัข ไส้ ไข่ต้ม ไข่ทอด กระเทียม พริกแห้งทอด การจำหน่ายมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดตั้งแต่ 50 กรัม 100 กรัม พร้อมติดสติ๊กเกอร์เพื่อป้องกันความเสียหายและจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพจัดเก็บได้นาน

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ คุณภาพและมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ พร้อมออกแบบโลโก้ อบรมการสร้างเพจ Facebook TikTok และ Platform การขายต่าง ๆ เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้า

ออกแบบประชาสัมพันธ์และการวิเคราะห์การตลาดหลังจากใช้ช่องทางการขายแบบออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ถั่วโอชากรอบอร่อย มีการควบคุมคุณภาพความสดใหม่ ความสะอาด ก่อนที่จะมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเพิ่มรสชาติให้มีความหลากหลาย จำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป และทางโซเชียลมีเดีย เพจ Facebook line เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ส่งเสริมการใช้วัสดุที่สามารถปลูกได้ในหมู่บ้าน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 11,760

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านข้าวกระดะห์กาบัง

ออนไลน์ : ถั่วโอชา กระดะห์ กาบัง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บาละ อ.กาบัง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ขนมสองวิถี บ้านบาละ

รายละเอียด : จะพัฒนาส่งเสริมทั้งผลิตภัณฑ์หรือขนมสองวิถี และบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ขนมสองวิถีของชุมชนตำบลบาละ อำเภอกาบัง จังหวัดยะลา เน้นส่งเสริมและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย มีการออกแบบที่สอดคล้องกับ BCG และบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องดึงดูดลูกค้า

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมสองวิถี บ้านบาละ จัดทำสื่อโซเชียล
พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมสองวิถี บ้านบาละ ให้มีความทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมสองวิถี บ้านบาละ ให้เป็นที่รู้จักผ่านทาง เพจ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

1. แนวคิดหลักการทำธุรกิจ
1.1 ปัญหา
เนื่องด้วยต้องประสบปัญหาหารายได้ลดลงรวมถึงขนมสองวิถี บ้านบาละ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขาดความสนใจต่อลูกค้าหรือผู้บริโภค และโอกาสการเข้าถึงผลิตภัณฑ์น้อย
1.2 วิธีการแก้
กลุ่มผลิตภัณฑ์หรือสินค้าขนมสองวิถี บ้านบาละ ในชุมชนตำบลบาละมีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลาย จึงต้องการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมสองวิถี บ้านบาละ ให้มีความทันสมัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
1.3 การแข่งขัน
การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อการสร้างศักยภาพในการแข่งขันเป็นอย่างมาก นอกจากผลผลิตอาหารที่มีคุณภาพแล้ว ผู้ผลิตต้องให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ด้วย เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้กับสินค้าไม่ว่าจะเป็นการผลิตเพื่อการจำหน่ายภายในประเทศหรือต่างประเทศก็ตาม ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันของเรา คือ ไม่มีที่ไหนอีกแล้วที่พวกเขาจะได้พบกับผู้ผลิตมืออาชีพความอร่อยของขนมสองวิถี บ้านบาละ
1.4 ตลาดเป้าหมาย
เราได้กำหนดเป้าหมายกลุ่มคนที่ชอบทานของหวานแสนอร่อยและต้องการความสะดวกสบายทั้งคนที่เลือกบริโภคทางออฟไลน์และออนไลน์

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มขนมสองวิถีบ้านบาละ

ออนไลน์ : ขนมสองวิถี

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บะละ อ.กาบัง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ขนมสองวิถี บ้านบะละ

รายละเอียด : การทำตลาดออฟไลน์สู่ตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มศักยภาพ การแข่งขันทางการตลาดของขนมสองวิถี

05 : แผนธุรกิจ

ขนมสองวิถีมีการจัดทำขึ้นมานานพอสมควร แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักทีมพวกเราจึงอยากจัดทำกิจกรรมที่สามารถขยายตลาดให้มากขึ้น เริ่มจากตลาดออฟไลน์นำไปสู่ตลาดออนไลน์ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น และยังสามารถจัดจำหน่ายได้ทั่วประเทศ ไม่ใช่แค่หน้าร้านหรือตามตลาด ดังนั้นพวกเราจึงอยากขยายตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น ทั้งถึง และยังสามารถบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและสะดวก จัดส่งสินค้าอย่างรวดเร็วและยังสามารถลดอัตราของสินค้าที่เสียได้

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

สื่อที่เผยแพร่ ทางหนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ ไซเบอร์ ไตรทัศน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

จัดทำเพจ
TikTok
Line OA

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มขนมสองวิถีบ้านบะละ

ออนไลน์ : ขนมสองวิถี

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65009226 : การอนุรักษ์ดอกหญาริมทางสู่การสร้างอาชีพอัตลักษณ์ในชุมชนคนศรีเขต

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ศรีเขต อ.ธารโต จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ไม้กวาดดอกหญ้า

รายละเอียด : ไม้กวาดเส้นใยผลิตจากดอกหญ้าหนา ด้ามไม้ แข็งแรง ทนทาน ขนไม่หลุดร่วงง่าย
- ใช้สำหรับกวาดทำความสะอาดบนพื้นแห้งภายในบ้านหรือสำนักงาน
- เหมาะสำหรับพื้นเรียบเช่น พื้นปูน หรือพื้นปูกระเบื้อง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านมานุษยวิทยา

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบสินค้าให้มีความคงทนต่ออายุในการใช้งาน
การพัฒนาเทคนิคการใช้สีเพิ่มความสวยงาม
เทคโนโลยีการยืดอายุของวัตถุดิบ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

1.อบรมให้ความรู้ทางทฤษฎีและปฏิบัติ การเพิ่มมูลค่าและแปรรูปดอกหญาริมทาง (อบรมเกษตรกร/ชาวบ้าน)
2.ส่งเสริมการอนุรักษ์และสืบสานรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น (อบรมเยาวชน)

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ : u2t for BCG ตำบลศรีเขต

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป



PS65009418 : การอนุรักษ์ดอกหญ้าริมทางสู่การสร้างอาชีพอัตลักษณ์ในชุมชนคนศรีเขต

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ศรีเขต อ.ธารโต จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ช่องทางการตลาดดอกหญ้าริมทาง

รายละเอียด : มีการวางแผนเรื่องการจัดทำช่องทางการตลาดเพื่อโฆษณาสินค้า เช่น การสร้างเพจ หรือช่องทางอื่น ๆ ในการทำการโปรโมทสินค้าหรือช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้ประกอบการ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเข้ามาซื้อสินค้าไปใช้ประโยชน์และเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านมานุษยวิทยา

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : มากกว่า 3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การจัดทำ/เทคนิค การสื่อสารการตลาด

เทคโนโลยีช่องทางการตลาด

การโปรโมทสินค้าให้มีความโดดเด่น และมีความทันสมัย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

1.การพัฒนาช่องทางการตลาดเป็นการสร้างการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ภายนอกในรูปแบบต่างๆเช่นไม่ว่าดอกหญ้า
2.การส่งเสริมการตลาดเป็นการนำสินค้าออกจำหน่ายในชุมชนและการตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ : U2T for BCG ตำบลศรีเขต

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป



**PS65010017 : การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์น้ำพริกดอกดาหลาแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านอาหารและขนม
บ้านราโตในรูปแบบ BCG**

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ธารโต อ.ธารโต จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตภัณฑ์จากดอกดาหลาสู่อัตลักษณ์
สินค้าชุมชนตำบลธารโต (น้ำพริกดอกดาหลาป่าดา)

รายละเอียด : น้ำพริกดอกดาหลา(ป่าดา)เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำดอกดาหลาที่มี
จำนวนมากในชุมชนมาแปรรูปโดยมีส่วนประกอบหลักดอกดาหลาเนื้อปลาหอม
แดงกระเทียมพริกขี้หนู จึงเกิดผลิตภัณฑ์น้ำพริกดอกดาหลา เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่
สามารถสร้างรายได้ ซึ่งตำบลธารโตมีดอกดาหลา หลากหลายสายพันธุ์จากการปลูกของ
เกษตรกรในตำบลธารโตและขึ้นเองตามธรรมชาติ สามารถเพิ่มมูลค่า สร้างรายได้หมุนเวียน

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

1. นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมในด้านของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเข้ามา
2. ช่วยในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกดอกดาหลาให้มีความทันสมัย
3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรแก่สิ่งแวดล้อมมากขึ้น

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ในตำบลธารโตมีดอกดาหลาเป็นจำนวนมาก มีการรวมกลุ่มชาวบ้านในชุมชนตำบลธารโตเพื่อ
คิดค้นหาวิธีการที่จะนำดอกดาหลา มาแปรรูปให้สามารถเก็บรักษาระยะเวลาในการบริโภคให้
นานขึ้น และ หาวิธีการเพิ่มมูลค่าให้แก่ดอกดาหลา จึงเกิดเป็น กลุ่มแม่บ้านอาหารและขนมบ้าน
ราโต และเกิดเป็นไอเดีย นำดอกดาหลามาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ น้ำพริกดอกดาหลา
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกดาหลามีความแตกต่างจากน้ำพริกทั่วไปเหมาะสำหรับคนที่รักสุขภาพ
ประโยชน์ของดอกดาหลา คือ มีทั้งวิตามินซี มีสารแอนโทไซยานินซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มต้านอนุมูล
อิสระ และยังใช้เป็น ยาขับลม แก้อืดท้องเฟ้อ แก้อาเจียน แก้อาการท้องอืดท้องเฟ้อ ละลายเสมหะ แก่
ปวดศีรษะ แก่ความดันโลหิตสูง แก่เลือดออกตามไรฟันผลิตภัณฑ์น้ำพริกดาหลาเป็น
ผลิตภัณฑ์ที่นำวัตถุดิบจากตำบลเป็นการช่วยเหลือ ชาวบ้านและกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกดอกดา
หลา

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างความรู้ให้ชุมชน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : น้ำพริกดอกดาหลาป่าดา

ออนไลน์ : น้ำพริกดอกดาหลา

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





**PS65010393 : การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์น้ำพริกดอกดาหลาแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านอาหารและขนม
บ้านธารโตในรูปแบบ BCG**

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ธารโต อ.ธารโต จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ช่องทางการทำการตลาดและขายสินค้าผลิตภัณฑ์ดาหลาแบบออนไลน์และออฟไลน์

รายละเอียด : ช่องทางการทำการตลาดและขายสินค้าผลิตภัณฑ์ดาหลาแบบออนไลน์และออฟไลน์ ดังนี้ 1. ขายตามงานหรือตลาดนัด 2. ร้านของฝากหรือร้านค้าทั่วไป 3. หน่วยงานของรัฐและเอกชน เช่น องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น และอื่นๆ 4. เปิดพรีออเดอร์ทางโซเชียลมีเดีย เช่น FB,Tik,IG เป็นต้น

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

3.การออกแบบโลโก้ของบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ และทันสมัยมากยิ่งขึ้น โดยการทำสื่อโฆษณา ประสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ

2.การโปรโมทสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.การสร้างเพจการขาย โฟสสินค้าผ่านโซเชียลต่าง ๆ เช่น Line IG Tiktok Facebook

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

การทำการตลาดและขายสินค้าผลิตภัณฑ์จากดาหลาแบบออนไลน์และออฟไลน์ เป็นความร่วมมือระหว่างทีม U2T กับ กลุ่มแม่บ้านอาหารและขนมบ้านธารโต ด้านช่องทางการขายออนไลน์และออฟไลน์ในรูปแบบที่ตอบโจทย์กับการตลาดสมัยใหม่ การออกแบบโปสเตอร์โปรโมทสินค้า การวางแผนการตลาด การนำนวัตกรรมแยกออกมาช่วยจัดการฐานข้อมูลสินค้าร่วมไปถึงช่วยตอบคำถาม

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : น้ำพริกดอกดาหลาป่าตา

ออนไลน์ : น้ำพริกดอกดาหลา

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บ้านแห อ.ธารโต จ.ยะลา

บัญชี
5 คน

ประชาชน
5 คน

อาจารย์
1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ออกแบบสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่

รายละเอียด : กาแฟดำมือดั้งเดิมแต่โบราณเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาจนสู่รุ่นต่อ

รุ่นราคาขาย(ต่อชิ้น)-ชนิดผงขนาด350กรัมราคา100บาท-ชนิดผงขนาด250กรัม

ราคา50บาท-ชนิดซองแบบซองมี10ซองขนาด50กรัมราคา89บาท มีการจัดจำหน่ายสินค้า

ทั้งแบบ online / off-line

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : มากกว่า 3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่

-

-

05 : แผนธุรกิจ

1- Customer Segment

กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่และนอกพื้นที่ ไม่จำกัดเพศ ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป

2- Value Propositions

คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ คือ กาแฟโบราณบ้านแหมีกรรมวิธีการผลิตโดยการตำด้วยมือให้เป็น

ผงละเอียด กลิ่นหอมและรสชาติกลมกล่อม และมีบรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้าสามารถซื้อเป็นของฝาก

ได้

3- Channels

จัดจำหน่ายทางออนไลน์ ได้แก่ เพจ Facebook และ Shopee รวมทั้งจัดจำหน่ายหน้าร้านอีกด้วย

4- Customer Relationships

มีความสัมพันธ์ที่เป็นกันเองกับลูกค้า บริการด้วยความจริงใจ และรับฟังความคิดเห็นของ

ลูกค้าเพื่อนำมา พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ต่อไป

5- Revenue Streams

รายได้จากการทำธุรกิจ ได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ โดยจัดจำหน่ายหน้าร้าน

จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ และจำหน่ายผ่านการออกบูทตามงานเทศกาลต่าง ๆ

6-Key Resources

ทรัพยากรในการผลิตประกอบด้วย สูตรการตำกาแฟโบราณวัตถุดิบการผลิตที่มีคุณภาพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มสตรีบ้านแห

ออนไลน์ : Rea coffee โกปีโบราณตำมือบ้านแห :

<https://web.facebook.com/profile.php?id=100086355548101>

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บ้านแห อ.ธารโต จ.ยะลา

บัญชี
5 คน

ประชาชน
5 คน

อาจารย์
1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : เสริมทักษะการตลาดออนไลน์

รายละเอียด : กาแฟดำมือดั้งเดิมแต่โบราณ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาจนสู่รุ่น

ต่อรุ่น- ชนิดผง ขนาด 350 กรัม ราคา 100 บาท-

ชนิดผง ขนาด 250 กรัม ราคา 50 บาท

ชนิดซองแบบซองมี 10 ซอง ขนาด 50 กรัม ราคา 89 บาท มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้ง

ออนไลน์/ออฟไลน์

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : มากกว่า 3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแบบ On-line

ปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแบบ Off-line

จัดทำสื่อโฆษณาและให้เป็นที่รู้จักของตลาด

05 : แผนธุรกิจ

1- Customer Segment

กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่และนอกพื้นที่ ไม่จำกัดเพศ ที่มีอายุ 16 ปีขึ้นไป

2- Value Propositions

คุณสมบัติที่ลูกค้าจะได้รับ คือ กาแฟโบราณบ้านแหมีกรรมวิธีการผลิตโดยการตำด้วยมือให้เป็น

ผงละเอียด กลิ่นหอมและรสชาติกลมกล่อม และมีบรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้าสามารถซื้อเป็นของฝาก

ได้

3- Channels

จัดจำหน่ายทางออนไลน์ ได้แก่ เพจ Facebook และ Shopee รวมทั้งจัดจำหน่ายหน้าร้านอีกด้วย

4- Customer Relationships

มีความสัมพันธ์ที่เป็นกันเองกับลูกค้า บริการด้วยความจริงใจ และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมา พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ต่อไป

5- Revenue Streams

รายได้จากการทำธุรกิจ ได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟ โดยจัดจำหน่ายหน้าร้าน

จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ และจำหน่ายผ่านการออกบูทตามงานเทศกาลต่าง ๆ

6-Key Resources

ทรัพยากรในการผลิตประกอบด้วย สูตรการตำกาแฟโบราณวัตถุดิบการผลิตที่มีคุณภาพ

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มสตรีบ้านแห

ออนไลน์ : Rea coffee โกปีโบราณตำมือบ้านแห :

<https://web.facebook.com/profile.php?id=100086355548101>

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65010960 : ส่งเสริมและผลักดันผลิตภัณฑ์และบริการ BCG ของปลาสดของกลุ่มบาตุมัส ออกสู่ตลาด
อย่างเป็นระบบและยั่งยืน



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.แม่หวาด อ.ธารโต จ.ยะลา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ข้าวปลาสด by บาตุมัส

รายละเอียด : นำปลาสดทำเมนูอาหารใหม่ เช่น ข้าวหน้าปลาสด ข้าวหน้าน้ำพริกปลาสด ข้าวหน้าปลาหมองส้ม ข้าวแมวปลาสด ฯลฯ และจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้าน

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

นวัตกรรม การพัฒนาในรูปแบบธุรกิจ

องค์ความรู้การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยการตกแต่งจานให้น่าสนใจ

องค์ความรู้การจัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ปลาสดกลุ่มบาตุมัส ด้วยวิธีการจำหน่ายรูปแบบใหม่ จัดตั้งร้านเล็กๆ หรือ ตู้อาหารริมทาง (Kiosk) บริเวณที่เป็นจุดแวะพักของนักท่องเที่ยว(สะพานแม่หวาด) เพื่อลิ้มลองอาหารอัตลักษณ์พื้นที่ที่มีการปรับรูปแบบให้น่าสนใจ ทันสมัย เพื่อโอกาสให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น โดยนำปลาสดทำเมนูอาหารใหม่ เช่น ข้าวหน้าปลาสด ข้าวหน้าน้ำพริกปลาสด ข้าวหน้าปลาหมองส้ม ข้าวแมวปลาสด ฯลฯ จัดแต่งแนวร้านอาหารญี่ปุ่น ตามแนวคิด “Farm to table” เมนูอาหารจากผู้ผลิตเสร็จถึงมือผู้บริโภค มีการจัดทำเป็นจุดเช็คอินของตำบล ทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ภายใต้แนวคิด BCG โดยการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรในท้องถิ่น (B) ได้แก่ ปลา มาแปรรูปเป็นเมนูอาหารพร้อมเสิร์ฟ ที่สะอาด สด ใหม่ สะอาด อร่อย และราคาถูก (C) พัฒนาผลิตภัณฑ์ส่วนที่เหลือจากการทำปลาสด (ไส้ปลา) และเศษอาหารขยะอินทรีย์ นำมาทำเชื้อเพลิงจากการทอด มาพัฒนาเป็นปุ๋ยหมักชีวภาพ ทั้งนี้จะมีการทดสอบรสชาติอาหาร (N P K) ซึ่งจะเกิดการกระจายรายได้ในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ทั้งนี้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในทุกขั้นตอน (G) จะสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่ ไม่ก่อมลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 62,100

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ข้าวหน้าปลาสด by บาตุมัส

ออนไลน์ : ปลาสดบาตุมัสคอกข้าง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน



**PS65011132 : ส่งเสริมและผลักดันผลิตภัณฑ์และบริการ BCG ของปาล์มของกลุ่มบาตุมัส ออกสู่ตลาดอย่าง
เป็นระบบและยั่งยืน**

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.แม่หวาด อ.ธารโต จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การผลิตปุ๋ยหมักที่มีคุณภาพ

รายละเอียด : การทำปุ๋ยหมักชีวภาพ จากผลิตภัณฑ์เหลือใช้จากการทำปาล์ม ได้แก่ ไล่ ปาล์ม น้ำมันทอดปาล์ม อบรมให้ความรู้เรื่องการทำปุ๋ยหมักและนำไปตรวจค่า NPK และนำปุ๋ยที่ได้ไปแจกจ่ายสมาชิกในกลุ่มและจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การผลิตปุ๋ยหมักที่มีคุณภาพเพื่อให้ได้มาตรฐาน

-

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

การทำปุ๋ยหมักชีวภาพ จากผลิตภัณฑ์เหลือใช้จากการทำปาล์ม ได้แก่ ไล่ปาล์ม น้ำมันทอดปาล์ม อบรมให้ความรู้เรื่องการทำปุ๋ยหมักและนำไปตรวจค่า NPK และนำปุ๋ยที่ได้ไปแจกจ่ายสมาชิกในกลุ่มและจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน
การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ได้จัดทำขึ้นมาภายใต้แนวคิดBCG โดยการมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่า(B)ได้แก่ การนำเศษที่ได้จากปาล์มและทรัพยากรอื่นๆในชุมชนมาทำปุ๋ยและจัดจำหน่ายเพื่อใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการเกษตร นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับ(C)คือการนำวัสดุที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุดโดยการนำเศษปาล์ม เศษผัก ฯลฯ นำมาพัฒนาเป็นปุ๋ยแห้งหรือปุ๋ยหมักชีวภาพ ทั้งนี้จะมีการทดสอบธาตุอาหารหลักภายในปุ๋ย(N P K) เพื่อให้เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืชแต่ละชนิดซึ่งจะส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ นำความมั่งคั่งไปสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ทั้งนี้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน(G)จะสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่ ไม่ก่อมลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ชาวหน้าปาล์ม by บาตุมัส

ออนไลน์ : ปาล์มบาตุมัสคอกข้าง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป



สถาบันวิทยาลัยชุมชน

ต.เขื่อนบางลาง อ.บันนังสตา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 7 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สะตอแช่
รายละเอียด : สะตอทองใช้กรรมวิธีการผลิตแบบภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ในการแปรรูปและมีจุดเด่นในตัวสินค้าคือ อร่อย เก็บรักษาได้นานและเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ตำบลเขื่อนบางลาง

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย
การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การถนอมอาหาร
การลดโซเดียมในอาหาร
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์สะตอแช่จะดำเนินการทั้งในรูปแบบ offline และ online ควบคู่กันไป โดยในส่วนของแผนธุรกิจแบบ offline จะดำเนินการโดยการวางขายสินค้าตามร้านค้าในชุมชน เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในตำบลเขื่อนบางลาง ซึ่งทางทีมจะสร้างจุดขายของผลิตภัณฑ์คือการเน้นการนำเสนอเป็นของฝากจากเขื่อนบางลาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อสินค้ากลับไปเป็นของฝากสำหรับครอบครัว เพื่อน หรือคนรอบข้างได้ และยังเป็นของฝากที่ดีต่อสุขภาพเนื่องจากเป็นสะตอทองโซเดียมต่ำ เหมาะกับการซื้อกลับไปฝากคนทุกเพศทุกวัย นอกจากนี้ ในส่วนของแผนธุรกิจแบบ online จะดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Facebook, TikTok, Shopee, Lazada ที่เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการซื้อขายออนไลน์ยอดนิยมในหมู่คนไทย โดยจะดำเนินการโพสต์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บนแพลตฟอร์มเพื่อนำเสนอแก่ลูกค้า และจะเน้นการนำเสนอสินค้าผ่านคอนเทนต์ต่าง ๆ เช่น ประโยชน์ของสะตอทองโซเดียมต่ำ

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,450

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าในชุมชน
ออนไลน์ : U2T เขื่อนบางลาง
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





PS65003482 : โครงการพัฒนาและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์สบู่ล้างมือสมุนไพรบ้านกักดี



สถาบันวิทยาลัยชุมชน



ต.เขื่อนบางลาง อ.บันนังสตา จ.ยะลา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

7 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สบู่ล้างมือสมุนไพรบ้านกักดี

รายละเอียด : สบู่จากสารสกัดจากน้ำผึ้ง คุณสมบัตินี้ช่วยให้ผิวเนียนนุ่ม รักษาความชุ่มชื้นที่ผิวไม่ให้ผิวแห้งตึง ลดการอักเสบของผิวหนัง

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาการตลาด

การพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ผ่านมาตรฐาน มผช.

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์สบู่ล้างมือสมุนไพรบ้านกักดี จะดำเนินการทั้งในรูปแบบ offline และ online ควบคู่กันไป โดยในส่วนของการขายแบบ offline จะดำเนินการโดยการวางขายสินค้าตามร้านค้าในชุมชน เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในตำบลเขื่อนบางลาง ซึ่งทางทีมจะสร้างจุดขายของผลิตภัณฑ์คือการนำเสนอสินค้าออร์แกนิกที่ผลิตเองโดยชาวบ้านในชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อสินค้ากลับไปเป็นของฝากสำหรับครอบครัว เพื่อน หรือคนรอบข้างได้ นอกจากนี้ ในส่วนของแผนธุรกิจแบบ online จะดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง Facebook, TikTok, Shopee, Lazada ที่เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการซื้อขายออนไลน์ยอดนิยมในประเทศไทย โดยจะดำเนินการโพสต์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บนแพลตฟอร์มเพื่อนำเสนอแก่ลูกค้า และจะเน้นการนำเสนอสินค้าผ่านคอนเทนต์ต่าง ๆ เช่น สรรพคุณของสบู่ล้างมือสมุนไพรบ้านกักดี วิธีการเก็บน้ำผึ้งจากรังผึ้ง ความแตกต่างระหว่างน้ำผึ้งโพรงกับน้ำผึ้งรัง เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาดูเนื้อหาต่าง ๆ และสร้างจุดเด่นด้านการตลาด ทั้งนี้ก็ยังเห็นความสำคัญในเรื่องของการบริการลูกค้าเป็นหัวใจหลัก โดยจะให้ความสำคัญในส่วนของการบริการในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่รวดเร็วและจริงใจกับลูกค้า ทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และทีมยังมีจุดมุ่งหมายในการให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของลูกค้า (Feedback) เพื่อที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงและพัฒนาสินค้าต่อไปในอนาคต

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าในชุมชน

ออนไลน์ : U2T เขื่อนบางลาง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน



**PS65012302 : โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมาตรฐานเสริมเศรษฐกิจฐานรากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่กองฟอง
กองม้วนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกองฟองกองม้วน อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา**

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ตลิ่งชัน อ.บันนังสตา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : กองฟองกองม้วน

รายละเอียด : ขนมหองฟองกองม้วน เป็นขนมไทยที่มีรสชาติอร่อย หอมหวาน รูปลักษณ์ชวนรับประทาน และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นส่วนผสมในการทำขนม

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Reuse (การใช้ซ้ำ)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

๑. โลโก้บรรจุภัณฑ์เป็นโลโก้แบบบิมยางซึ่งเป็นวัสดุจากธรรมชาติ

๒. บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน ได้แก่ กระดาษ (บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน)

Design เน้นความดูสูงบนบรรจุภัณฑ์

๓. บรรจุภัณฑ์จากกล่องพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

พื้นที่ตำบลตลิ่งชัน เป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยพืชผลทางเกษตร ที่มีความหลากหลาย เช่นเดียวกับพื้นที่หมู่ที่ 2 ตำบลตลิ่งชัน หรือที่เรียกกันว่าหมู่บ้านตำบลกือลองที่มีการดำเนินชีวิตทางเศรษฐกิจที่เป็นรากฐานแต่เดิมของคนในชุมชนตำบลกือลองเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจจากตัวเองสู่ครอบครัวกลายเป็นเศรษฐกิจชุมชน อย่างไรก็ตามในการดำเนินเศรษฐกิจชุมชนตำบลกือลองมีบริบทที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ขนมหองจึงเป็นขนมที่ชุมชนตำบลกือลองให้ความสำคัญเพราะมีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม มีความละเอียดอ่อนปราณีตในการเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการผลิต รสชาติอร่อย หอมหวาน รูปลักษณ์ชวนรับประทาน หนึ่งในขนมไทย โดยการผลิตภัณฑ์ที่ออกสู่ตลาด คือขนมหองฟองกองม้วน ภายใต้ตราชื่อ "GELONG กองม้วน" เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคทั่วไป ปัจจุบันตลาดของผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค แต่มีแนวโน้มการเติบโตของตลาด เนื่องจากพฤติกรรมของการบริโภคขนมหองของคนไทยมีอัตราที่สูง และปัจจุบันผลิตภัณฑ์การแปรรูปชนิดต่าง ๆ ยังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่สามารถหาทานได้สะดวก และง่ายต่อการบริโภค เพื่อทดแทนอาหารในบางมื้อ หรือทานเป็นอาหารว่าง การวางแผนการตลาดดำเนินงานดังนี้ ด้านแผนการตลาด เพื่อตอบกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มเดิม และกลุ่มใหม่ที่เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป ได้มีการวางแผนเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายและบรรจุภัณฑ์ คือ การพัฒนาด้านการโฆษณา นำผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ ลงมาโฆษณาผ่านช่องทางตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าถึงผลิตภัณฑ์มากขึ้น เช่น จัดจำหน่ายตาม

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 12,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : YRU Fresh mart และร้านค้าทั่วไป

ออนไลน์ : กือลอง กองม้วน

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



PS65012899 : โครงการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับมาตรฐานเสริมเศรษฐกิจฐานรากผลิตภัณฑ์ทองพับทองม้วนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทองพับทองม้วน อำเภอบ้านนิงस्ता จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ตลิ่งชัน อ.บันนังสตา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การตลาดออนไลน์และออฟไลน์เพื่อส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับนมทองพับทองม้วน

รายละเอียด : การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ ด้วย Digital Marketing เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับนมทองพับทองม้วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา ที่เพิ่มขึ้นช่องทางการตลาด (Facebook หรือ Line หรือ Instagram หรือ Tiktok)

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Reuse (การใช้ซ้ำ)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

๑. การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ ด้วย Digital Marketing เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กับนมทองพับทองม้วนตำบลตลิ่งชัน อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา ที่เพิ่มขึ้น ช่องทางการตลาด (Facebook หรือ Line หรือ Instagram หรือ Tiktok)

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



ก๊อลอง ทองม้วน

135 ถูกใจ • ผู้ติดตาม 412 คน

ส่งข้อความ ถูกใจแล้ว ...

โพสต์ เกี่ยวกับ รูปภาพ การกล่าวถึง

รายละเอียด

เพจ · สินค้า/บริการ

★ ยังไม่มีคะแนน (0 รีวิว)

05 : แผนธุรกิจ

พื้นที่ตำบลตลิ่งชัน เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์ด้วยพืชผลทางเกษตร ที่มีความหลากหลาย เช่นเดียวกันพื้นที่หมู่ที่ 2 ตำบลตลิ่งชัน หรือที่เรียกกันว่าหมู่บ้านตำบลก๊อลองที่มีการดำเนินชีวิตทางเศรษฐกิจที่เป็นรากฐานแต่เดิมของคนในชุมชนตำบลก๊อลองเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจจากตัวเองสู่ครอบครัวกลายเป็นเศรษฐกิจชุมชน อย่างไรก็ตามในการดำเนินเศรษฐกิจชุมชนตำบลก๊อลองมีบริบทที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ขนบไทยจึงเป็นชุมชนตำบลก๊อลองให้ความสำคัญเพราะมีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม มีความละเอียดอ่อนปราณีตในการเลือกสรรวัตถุดิบ วิธีการผลิต รสชาติอร่อย หอมหวาน รูปลักษณ์ชวนรับประทาน หนึ่งในขนบไทย โดยการผลิตที่ออกสู่ตลาด คือขนมทองพับทองม้วน ภายใต้ตราชื่อ "GELONG ทองม้วน" เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคทั่วไป ปัจจุบันตลาดของผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค แต่มีแนวโน้มการเติบโตของตลาด เนื่องจากพฤติกรรมของการบริโภคขนมขบเคี้ยวของคนไทยมีอัตราที่สูง และปัจจุบันผลิตภัณฑ์การแปรรูปชนิดต่าง ๆ ยังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่สามารถหาทานได้สะดวก และง่ายต่อการบริโภค เพื่อทดแทนอาหารในบางมื้อ หรือทานเป็นอาหารว่าง การวางแผนการดำเนินงานดังนี้ ด้านแผนการตลาด เพื่อตอบกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มเดิม และกลุ่มใหม่ที่เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป ได้มีการวางแผนเพื่อส่งเสริมการจัดจำหน่ายและบรรจุภัณฑ์ คือ การพัฒนาด้านการโฆษณา นำผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ ลงมาโฆษณาผ่านช่องทางการตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าถึงผลิตภัณฑ์มากขึ้น เช่น จำหน่ายตาม

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 12,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : YRU Fresh mart และร้านค้าทั่วไป

ออนไลน์ : ก๊อลอง ทองม้วน

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65009930 : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำดอกดาหลา เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้มีรายได้

ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ตาเนาะปูเต๊ะ อ.บันนังสตา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : น้ำดอกดาหลา

รายละเอียด : ดาหลา เป็นไม้ดอกท้องถิ่นทางภาคใต้ชนิดหนึ่ง นิยมจำหน่ายเป็นไม้ตัดดอกที่ ทำกำไรให้กับผู้ปลูก ซึ่งคุณนับเขา เหมาะดี จึงได้มีการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเพื่อแปรรูปดาหลาให้เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เพิ่มรายได้ให้กับชุมชน

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาบรรจุภัณฑ์และแบรนด์สินค้า เพื่อให้สินค้ามีความโดดเด่น น่าสนใจ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถเก็บไว้ได้นาน

พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ด้วยการตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ ตาม

ประกาศกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

- 1.พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำดอกดาหลาเพื่อส่งเสริมให้สินค้ามีคุณภาพมากขึ้น
- 2.พัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการตลาดให้เกิดรายได้ในชุมชน
- 3.ยกระดับผลิตภัณฑ์น้ำดอกดาหลาให้เป็นสินค้า OTOP
- 4.เสริมสร้างรายได้ให้กับชุมชนบนฐานเศรษฐกิจ BCG

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,140

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : TNT Water by U2T

ออนไลน์ : TNT Water by U2T

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65010023 : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำดอกดาหลา เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้มีรายได้

ยั่งยืน

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ตาเนาะปูเต๊ะ อ.บันนังสตา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ช่องทางการตลาดในการขายผลิตภัณฑ์แบบออนไลน์และออฟไลน์

รายละเอียด : ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ 1. ขายตามตลาดนัดโดยการเปิดบูธประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ยอมรับและได้ลองชิมผลิตภัณฑ์ฟรี 2. ร้านค้าทั่วไป 3. หน้างานของร้านและเอกชน 4. เปิดพรีออเดอร์ทางโซเชียลมีเดีย เช่น facebook,Tiktok,Instagram,Line เป็นต้น

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

รับออเดอร์สินค้าและผลิตภัณฑ์จากร้านค้าภายในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง

รับออเดอร์สินค้าและผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานของรัฐและเอกชน ผ่านทางโซเชียลมีเดีย

เปิดพรีออเดอร์ทางโซเชียลมีเดีย เช่น facebook

05 : แผนธุรกิจ

1. ขายตามตลาดนัด
2. ร้านค้าทั่วไปในชุมชน
3. หน้างานของร้านและเอกชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล,โรงเรียน,อนามัย,โรงพยาบาล,สถานีตำรวจ,ศูนย์การศึกษาของระบบ เป็นต้น
4. เปิดพรีออเดอร์ทางโซเชียลมีเดีย เช่น facebook,Tiktok,Instagram,Line เป็นต้น

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,140

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : TNT Water by U2T

ออนไลน์ : TNT Water by U2T

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65003846 : โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์จากกล้วยสู่การเพิ่มมูลค่าอย่างยั่งยืน



สถาบันวิทยาลัยชุมชน



ต.ท่าทะลุ อ.บันนังสตา จ.ยะลา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ขนมทองม้วน

รายละเอียด : ทองม้วนเป็นขนมหวานที่มีลักษณะเป็นแผ่น ม้วน กลม วง มีความกรอบ มีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ถุงซีลสุญญากาศและกล่องที่มีคุณภาพอย่างดีผ่านมาตรฐานโดยใช้แป้งกล้วยเพื่อสุขภาพทดแทนแป้งสาลีและนำวัตถุดิบที่เหลือใช้ในชุมชนมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนา Packaging Design

คุณภาพและมาตรฐานในการบรรจุผลิตภัณฑ์

จำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ ได้แก่ facebook

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

นำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ขนมทองม้วนเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรและสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่โดยจะผลิตขนมทองม้วนที่ทำจากแป้งกล้วยเพื่อสุขภาพจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยใช้กล้วยดิบที่ปลอดสารพิษเป็นส่วนผสมหลักเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ตลอดจนจำหน่ายในราคาถูกและจับต้องได้กลุ่มลูกค้าหรือนักค้าทั่วไปสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายโดยหาซื้อได้ผ่านช่องทางออนไลน์เช่น Facebook Instagram TikTok YouTube และออฟไลน์ มีหน้าร้าน ฝากขายร้านค้าทั่วไป สหกรณ์ ออกบูธแสดงสินค้า และฝากขายแม่ค้าออนไลน์ที่มีผู้ติดตามจำนวนมากและทางเพจร้านภายใต้ชื่อแบรนด์ Banana Yalor เน้นผลิตสินค้าและจำหน่ายสินค้าที่สด ใหม่ สะอาดให้กับผู้บริโภคและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับการจัดจำหน่ายเป็นสินค้าอาหารชุมชน OTOP อีกทั้งยังช่วยให้ชุมชนมีรายได้จากการทำการเกษตรโดยนำวัตถุดิบที่มีมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ขายในราคากึ่งแบบปลีกและส่ง

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : banana yalor

ออนไลน์ : u2t bcg ท่าทะลุ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปหลัง





PS65011020 : โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์จากมูลไก่และซากพืชสู่การเพิ่มมูลค่าอย่างยั่งยืน

สถาบันวิทยาลัยชุมชน
ต.ท่าทะลุ อ.บันนังสตา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ปุ๋ยอินทรีย์
รายละเอียด : ปุ๋ยอินทรีย์คือปุ๋ยที่มีส่วนผสมเป็นสารอินทรีย์ซึ่งได้จากธรรมชาติทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นซากพืช มูลสัตว์ ตลอดจนผลผลิตอื่นๆที่ได้จากสิ่งมีชีวิต หลังจากการย่อยสลายก็จะให้ธาตุอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อพืชค่อนข้างครบถ้วนและบรรจุปุ๋ยอินทรีย์ลงในพลาสติกให้เข้ากันและกับด้วยกระสอบที่กันน้ำอย่างดี

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย
การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

- 1.นำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาต่อยอดเป็นปุ๋ยอินทรีย์
- 2.ออกแบบโลโก้สินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้า
- 3.จัดจำหน่ายสินค้าผ่านทางระบบออนไลน์ ได้แก่ Facebook Tiktok Instagram youtube

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

ปุ๋ยอินทรีย์จะใช้มูลไก่และซากพืช(ต้นกล้วย)เป็นวัตถุดิบหลักโดยมีแนวคิดในการนำมูลไก่และซากพืชที่มีอยู่ในพื้นที่นำมาต่อยอดเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยจะนำวัตถุดิบที่เหลือใช้เหล่านี้มาแปรรูปเป็นปุ๋ยอินทรีย์เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายในการลดใช้เคมีสนับสนุนให้ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ทดแทนรวมถึงปุ๋ยอินทรีย์สามารถหาซื้อได้ง่าย และเป็นปุ๋ยที่มีราคาถูกชุมชนสามารถที่จะผลิตได้เองจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนหรือหาซื้อได้เองทางออนไลน์และร้านค้าทั่วไป การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์ในด้านการตลาดและรูปแบบการบริหารโดยมีการอบรมและมีวิทยากรแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมการบริหารจัดการการตลาดปุ๋ยอินทรีย์ในชุมชนซึ่งปัจจุบันราคาพืชทดแทนที่เพิ่มสูงและมีเทคโนโลยีการเก็บเกี่ยวและผลิตเพิ่มมากขึ้นซึ่งทำให้การเก็บเกี่ยวสามารถทำได้ง่ายขึ้นกว่าการใช้แรงงานคนและรัฐบาลสนับสนุนภาคการเกษตรผ่านนโยบาย บอร์ดแบบด์แห่งชาติทำได้โดยการนำวัตถุดิบที่เหลือใช้ในชุมชนมาผลิตเป็นปุ๋ยอินทรีย์จำหน่ายให้เกษตรกรและบุคคลทั่วไปในราคา ปกติส่งและมีราคาถูกเมื่อซื้อไปจำหน่ายในจำนวนมาก

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,300

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : Banana yalor
ออนไลน์ : U2T BCG ท่าทะลุ
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป



PS65014315 : การเพิ่มประสิทธิภาพผู้เพาะเห็ดนางฟ้าและการพัฒนาต้นแบบการเลี้ยงไก่เบตง

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บันนังสตา อ.บันนังสตา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : เห็ดนางฟ้า
รายละเอียด : - ก่อนเชื้อเห็ดนางฟ้าภูฐาน เชื้อเดินเต็มพร้อมเปิดดอก สามารถเก็บดอกเห็ดได้ระยะเวลา 3-5 เดือน ขึ้นอยู่กับการดูแลรักษา ไม่มีโรจนก็สามารพเพาะได้ง่ายๆ เช่น ใต้ร่มไม้ พื้นที่เย็นชื้น อากาศถ่ายเทสะดวก แดดไม่ส่องจัด และไม่ร้อนอบอ้าว ดอกเห็ดปลอดสารพิษ รสชาติหวาน นุ่ม ผลผลิต ดอกเห็ด 10-15 ก้อนต่อกิโลกรัม

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย
การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : มากกว่า 3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

โรงเรือนเพาะเห็ดควบคุมระบบการให้น้ำอัตโนมัติ
ใช้ระบบการฉีดพ่นละอองน้ำ
การใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายง่าย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

การเพาะเห็ดเป็นอาชีพเสริมหรือช่วงเวลาว่างจากเดิมที่กลุ่มมีการเลี้ยงเป็ดไข่ออยู่แล้ว โดยมีกลุ่มเป้าหมายสมาชิกกลุ่มผู้เลี้ยงเป็ด มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 15 คนเพื่อมีรายได้เพิ่มจากการเพาะเห็ดนางฟ้า และสามารถนำรายได้ในส่วนนี้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการซื้ออาหารเป็ด โดยทางกลุ่มมีการผลิตเห็ดแบบครบวงจรตั้งแต่การทำก้อนเชื้อเห็ดและผลิตดอกเห็ดนางฟ้าสด ช่องทางการจำหน่ายทั้งตลาด ร้านค้าในหมู่บ้าน ชุมชน ประชาชนในพื้นที่ และช่องทางออนไลน์

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 36,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าหมู่บ้าน
ออนไลน์ : U2T for bcg บันนังสตา
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65014324 : การเพิ่มประสิทธิภาพผู้เพาะเห็ดนางฟ้าและการพัฒนาต้นแบบการเลี้ยงไก่เบตง

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บันนังสตา อ.บันนังสตา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ไก่เบตง

รายละเอียด : - มีอายุประมาณ 4-4.5 เดือน สุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ตัวผู้มีหางอนขนาดใหญ่ ตัวเมียไม่มีหางอน ตัวผู้มีน้ำหนักประมาณ 1.9-2.3 กิโลกรัม ตัวเมียน้ำหนักประมาณ 1.6-2.0 กิโลกรัม

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : มากกว่า 3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การเลี้ยงไก่โรงเรือนให้น้ำและอาหารแบบอัตโนมัติ (smart farm)

นวัตกรรมด้านอาหาร (สูตรอาหาร)

นวัตกรรมการใช้สมุนไพรแทนยาปฏิชีวนะ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

การผลิตไก่เบตงในพื้นที่ 3 จังหวัดมีกำลังการผลิต 36 โรงเรือน ประกอบไปด้วย จังหวัดนราธิวาส จำนวน 14 โรงเรือน จังหวัดปัตตานี จำนวน 20 โรงเรือน และจังหวัดยะลา จำนวน 2 โรงเรือน อัตราการผลิตโรงเรือนละ 500-600 ตัว มีอัตราการจำหน่ายอยู่ที่เดือนละประมาณ 2,500-3,000 ตัวต่อเดือน เมื่อเกิดโรคโควิด-19 เกิดขึ้น ส่งผลให้การผลิตไก่เบตงลดจำนวนลง จังหวัดนราธิวาส จำนวน 4 โรงเรือน จังหวัดปัตตานี จำนวน 10 โรงเรือน และจังหวัดยะลา ไม่มีผู้เลี้ยง อัตราการส่งออกเหลือประมาณ 1,000 ตัว ปัจจุบันสถานการณ์เริ่มคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้นส่งผลให้ตลาดไก่เบตงกลับมาอีกครั้งแต่กำลังการผลิตไม่เพียงพอ ดังนั้นการส่งเสริมการเลี้ยงไก่เบตงโดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดยะลา โดยการผลิตไก่เบตงให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาด เช่นร้านข้าวมันไก่ ไก่สับ กัดตาการ และโรงแรมในพื้นที่อำเภอเบตง ซึ่งจำหน่ายในราคากิโลกรัมละ 100-120 บาท

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 24,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าเหียน

ออนไลน์ : U2T for bcg บันนังสตา

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บาเจาะ อ.บันนังสตา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : Citrus Soap

รายละเอียด : สบู่จากเปลือกมะนาว หรือ Citrus Soap เป็นการนำวัตถุดิบที่มีในชุมชนตำบลบาเจาะ คือ มะนาว นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนจากเปลือกมะนาว โดยกลุ่มเป้าหมาย คือ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มคนรักความสวยงามงาน กลุ่มคนที่มีปัญหาเรื่องผิว กลุ่มคนที่ชอบกลิ่น

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Upcycle (การรีไซเคิลแบบที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีการออกแบบ Packaging

ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น Page

ถ่านแอคทีฟ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

สบู่จากเปลือกมะนาว เป็นการนำวัตถุดิบที่มีในชุมชนตำบลบาเจาะ คือ มะนาว นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สบู่ก้อน กลุ่มเป้าหมาย คือ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มคนรักความสวยงามงาน กลุ่มมีปัญหาเรื่องผิว โดยสามารถใช้ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิงและราคาสามารถจับต้องได้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 0

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : -

ออนไลน์ : สบู่ชนิดตรัส ตำบลบาเจาะ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





PS65014284 : การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชผลทางการเกษตรเพื่อเศรษฐกิจที่ยั่งยืน



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.บาเจาะ อ.บันนังสตา จ.ยะลา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : Citrus Soap

รายละเอียด : สบู่จากเปลือกมะนาว หรือ Citrus Soap เป็นการนำวัตถุดิบที่มีในชุมชนตำบลบาเจาะ คือ มะนาว นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สบู่เหลวจากเปลือกมะนาว โดยกลุ่มเป้าหมาย คือ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มคนรักความสวยงามงาน กลุ่มคนที่มีปัญหาเรื่องผิว กลุ่มคนที่ชอบกลิ่น

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Upcycle (การรีไซเคิลแบบที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีการออกแบบ Packaging

ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น Page

ถ่านแอคทีฟ

05 : แผนธุรกิจ

สบู่จากเปลือกมะนาว เป็นการนำวัตถุดิบที่มีในชุมชนตำบลบาเจาะ คือ มะนาว นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สบู่เหลว กลุ่มเป้าหมาย คือ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มคนรักความสวยงามงาน กลุ่มที่มีปัญหาเรื่องผิว โดยสามารถใช้ได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิงและราคาสามารถจับต้องได้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 0

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : -

ออนไลน์ : สบู่ชิตตริส ตำบลบาเจาะ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ต.เนาะแมเราะ อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : แม่เหล็กติดตู้เย็นใบยางพารา

รายละเอียด : แม่เหล็กติดตู้เย็นใบยางพาราเป็นงานแฮนด์เมดที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ แม่เหล็กติดตู้เย็นสำหรับเก็บความทรงจำที่ดี และช่วยทำให้บ้านของคุณน่าอยู่ยิ่งขึ้น

05 : แผนธุรกิจ

เริ่มต้นกระบวนการขั้นที่ 1 โดยมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้พร้อมทั้งเรียนรู้เรื่องการผลิตสินค้าประเภทที่ 1 ที่ 2 จากใบยางพารา จำนวน 3 วัน
ขั้นที่ 2 เรียนรู้ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าขั้นที่ 3 4 5 จำนวน 3 วัน
ขั้นที่ 3 ทำการเรียนรู้ช่องทางการขายแบบออนไลน์และออฟไลน์จำนวน 2 วัน
ขั้นที่ 4 คือทำการหาผู้ประกอบการเพื่อทำ MOU ในการนำสินค้าไปวางขายที่ร้านเช่นร้านขายของฝากในพื้นที่รวมถึงพื้นที่ใกล้เคียง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,655

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านของฝากโอท็อปบ่อน้ำร้อน ตาเนาะเราะ ร้านของฝากอุโมงค์ปิยะมิตร และร้านของฝากเบตง

ออนไลน์ : บ้านใบยาง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

สารเคมีกัดกร่อนในการกัดใบยางให้เหลือแต่เยื่อ

ออกแบบ logo ผลิตภัณฑ์

โปรโมทสินค้าออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ต.เนาะแมเราะ อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ดอกไม้ใบยางพารา

รายละเอียด : ดอกไม้ใบยางพาราเป็นช่อดอกไม้ซึ่งเป็นงานแฮนด์เมดที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ใช้เป็นของตกแต่งประดับบ้าน

05 : แผนธุรกิจ

เริ่มต้นกระบวนการขั้นที่ 1 โดยมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้พร้อมทั้งเรียนรู้เรื่องการผลิตสินค้าประเภทที่ 1 ที่ 2 จากใบยางพารา จำนวน 3 วัน
ขั้นที่ 2 เรียนรู้ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าขั้นที่ 3 4 5 จำนวน 3 วัน
ขั้นที่ 3 ทำการเรียนรู้ช่องทางการขายแบบออนไลน์และออฟไลน์จำนวน 2 วัน
ขั้นที่ 4 คือทำการหาผู้ประกอบการเพื่อทำ MOU ในการนำสินค้าไปวางขายที่ร้านเช่นร้านขายของฝากในพื้นที่รวมถึงพื้นที่ใกล้เคียง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,655

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านโอท็อปน้ำพุร้อนตาเขาแมเราะ/ร้านของฝากอุโมงค์ปิยะมิตร/ร้านของฝากเบตง

ออนไลน์ : บ้านใบยาง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

สารเคมีกัดกร่อนในการกัดใบยางให้เหลือแต่เยื่อ

ออกแบบ logo ผลิตภัณฑ์

โปรแกรมสินค้าออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65017704 : โครงการเสริมสร้างอาชีพผลิตภัณฑ์จากใบยางพารา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ตาดูนาแมเราะ อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : พวงกุญแจใบยางพารา

รายละเอียด : พวงกุญแจใบยางพาราเป็นงานแฮนด์เมดที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ เป็นเครื่องประดับที่สามารถนำมาห้อยกระเป๋า ห้อยกุญแจรถ และอื่นๆ

05 : แผนธุรกิจ

เริ่มต้นกระบวนการขั้นที่ 1 โดยมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้พร้อมทั้งเรียนรู้เรื่องการผลิตสินค้าประเภทที่ 1 ที่ 2 จากใบยางพารา จำนวน 3 วัน ขั้นที่ 2 เรียนรู้ขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าขั้นที่ 3 4 5 จำนวน 3 วัน ขั้นที่ 3 ทำการเรียนรู้ช่องทางการขายแบบออนไลน์และออฟไลน์จำนวน 2 วัน ขั้นที่ 4 คือทำการหาผู้ประกอบการเพื่อทำ MOU ในการนำสินค้าไปวางขายที่ร้านเช่นร้านขายของฝากในพื้นที่รวมถึงพื้นที่ใกล้เคียง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านของฝากโอท็อปบ่อน้ำร้อน ตาดูนาแมเราะ ร้านของฝากอุโมงค์ปิยะมิตร และร้านของฝากเบตง

ออนไลน์ : บ้านใบยาง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

โปรแกรมสินค้าออนไลน์

สารเคมีที่ดัดแปลงในการกัดใบยางให้เหลือแต่เยื่อ

ออกแบบ logo ผลิตภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65010231 : การพัฒนาโฮมสเตย์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยเศรษฐกิจ BCG

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ธารน้ำทิพย์ อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : โฮมสเตย์ธารน้ำทิพย์

รายละเอียด : โฮมสเตย์ธารน้ำทิพย์ มีบ้านพักจำนวน 2 หลัง แบ่งเป็น 4 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ และ 1 ห้องนั่งเล่น สามารถเข้าพักได้สูงสุดถึง 30 คน มีการใช้พลังงานโซลาร์เซลล์เพื่อลดค่าใช้จ่ายไฟฟ้าและมีการจัดการขยะภายในโฮมสเตย์ นอกจากนี้ยังมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว บริการรถนำเที่ยวและมีกิจกรรมให้เข้าร่วมตลอดทริป

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Recovery (การนำกลับมาใช้ใหม่)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้โซลาร์เซลล์ในการผลิตกระแสไฟฟ้า

ผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

ออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว ด้วยโปรแกรม Photoshop

05 : แผนธุรกิจ

อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว การใช้พลังงานโซลาร์เซลล์เพื่อลดค่าใช้จ่ายค่าไฟฟ้าและการจัดการการคัดแยกขยะ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการในชุมชน โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและมาเลเซีย

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 27,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : โฮมสเตย์ธารน้ำทิพย์

ออนไลน์ : U2T มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ตำบลธารน้ำทิพย์ / เที่ยวเบตงขุนเขาทะเลหมอก

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65016908 : โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยเศรษฐกิจ BCG

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ธารน้ำทิพย์ อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ปะจ๊ากวางหลง

รายละเอียด : ปะจ๊ากโบราณ เมื่อนำมาปรุงรสเพื่อสุขภาพ ส่งเสริมการอนุรักษ์ประเพณีที่มีคุณค่าของชาวไทยเชื้อสายจีน ส่งเสริมอัตลักษณ์ให้กับชุมชน และยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย ซึ่งเป็นวัสดุเหลือใช้จากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ผลิตสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ทันสมัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยแนวคิด BCG

พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้การตลาดออนไลน์

05 : แผนธุรกิจ

อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทันสมัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย น้ำสินค้าที่พัฒนาจำหน่ายตามร้านค้าในชุมชนรวมถึงเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและมาเลเซีย

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 50,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านอาหารเข้า

ออนไลน์ : U2T มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ตำบลธารน้ำทิพย์ / เบตงบ้านเรา V2.0

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ



รูปก่อน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.เบตง อ.เบตง จ.ยะลา



บัญญัติ

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : แยมส้มโชกุนเบตง

รายละเอียด : แยมส้มโชกุนเบตง คุณภาพดี เจ้าแรกในเบตง รสชาติอร่อย มีกลิ่นหอม

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เพกติน (Pectin) มาเป็นสารให้ความหนืดให้กับตัวแยม

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ในการประชาสัมพันธ์ ช่องทางออฟไลน์

การใช้ช่องทางออนไลน์ (Social Media Platforms) และ E-Commerce Platforms ในการประชาสัมพันธ์ และจัดจำหน่าย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

แยมส้มโชกุนเบตง คุณภาพดี เจ้าแรกในเบตง รสชาติอร่อย มีกลิ่นหอม บรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบโหลแก้ว สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reuse) ไม่ก่อให้เกิดขยะ (Zero Waste) เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นไปตามหลักการของเศรษฐกิจ BCG โดยเน้นไปที่หลักของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นคนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงคนที่มีพฤติกรรมที่ให้ความสำคัญกับการซื้อของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย จะแบ่งเป็นช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยช่องทางออนไลน์ จะใช้ Social Media Platform เช่น Facebook และ E-Commerce Platform เช่น Shopee เป็นต้น และช่องทางออฟไลน์ จะจัดจำหน่ายผ่านร้านของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงร้านที่จำหน่ายส้มโชกุนเบตงด้วย

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,760

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : แยมส้มโชกุนเบตง

ออนไลน์ : U2T for BCG แยมส้มโชกุน ตำบลเบตง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.เบตง อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : แยมส้มโชกุนเบตง

รายละเอียด : แยมส้มโชกุนเบตง คุณภาพดี เจ้าแรกในเบตง รสชาติอร่อย มีกลิ่นหอม

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เพคติน (Pectin) มาเป็นสารให้ความหนืดให้กับตัวแยม

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ในการประชาสัมพันธ์ ช่องทางออฟไลน์

การใช้ช่องทางออนไลน์ (Social Media Platforms) และ E-Commerce Platforms ในการ

ประชาสัมพันธ์ และจัดจำหน่าย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

แยมส้มโชกุนเบตง คุณภาพดี เจ้าแรกในเบตง รสชาติอร่อย มีกลิ่นหอม บรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบโหลแก้ว สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ (Reuse) ไม่ก่อให้เกิดขยะ (Zero Waste) เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นไปตามหลักการของเศรษฐกิจ BCG โดยเน้นไปที่หลักของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) โดยกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นคนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงคนที่มีพฤติกรรมที่ให้ความสำคัญกับการซื้อของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย จะแบ่งเป็นช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยช่องทางออนไลน์ จะใช้ Social Media Platform เช่น Facebook และ E-Commerce Platform เช่น Shopee เป็นต้น และช่องทางออฟไลน์ จะจัดจำหน่ายผ่านร้านของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงร้านที่จำหน่ายส้มโชกุนเบตงด้วย

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,760

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านแยมส้มโชกุนเบตง

ออนไลน์ : U2T for BCG แยมส้มโชกุน ตำบลเบตง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ยะรม อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สบู่สครับกาแฟ (Zehra Soap)

รายละเอียด : สบู่สครับกาแฟ สรรพคุณ ลดริ้วรอยของผิวพรรณ ผลิตเซลล์ผิวเก่า บำรุงผิวให้ผิวเรียบเนียน กระชับ แลดูผิวนุ่มนวล ที่มีส่วนผสมของกาแฟ จากสมุนไพร 3 ชนิดซึ่งปราศจากสารอันตราย เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ ผลลัพธ์ชัดเจนเมื่อใช้ต่อเนื่อง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Upcycle (การรีไซเคิลแบบที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาระบบธุรกิจ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : มากกว่า 3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

- พัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟให้เป็นสบู่สครับกาแฟ
- ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์มาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้ทันสมัย
- ใช้ช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

จัดทำสบู่สครับกาแฟ โดยการใช้วัตถุดิบจากกากกาแฟเหลือใช้ภายในชุมชน เพื่อลดขยะ และนำมา Reuse ใหม่ให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสร้างรายได้ภายในชุมชนให้มากยิ่งขึ้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการจัดจำหน่ายคือประชาชนทั่วไปที่ดูแลเรื่องสุขภาพ

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,900

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : สบู่สครับกาแฟ (Zehra Soap)

ออนไลน์ : ธรรมดาดี

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



PS65011538 : การพัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวสุบัสคริปกาแพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ยะรม อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การตลาดออนไลน์

รายละเอียด : เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้กล้องถ่ายภาพสินค้าและใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สร้างเว็บไซต์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับตัวสินค้า และใช้ช่องทางการตลาดออนไลน์ เช่น Page Facebook เพื่อขยายตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
Refurbish (การปรับปรุงใหม่)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : มากกว่า 3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

1. ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์เพื่อการขายออนไลน์
2. ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ตัดต่อ สร้างเว็บไซต์ คอนเทนต์ให้สินค้าดูน่าสนใจ
3. การอบรมการใช้ช่องทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

เพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ในการขายผลิตภัณฑ์สุบัสคริปกาแพ โดยการให้ความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์ วิธีการสร้างคอนเทนต์ในการขาย ถ่ายภาพผลิตภัณฑ์สินค้าสุบัสคริปกาแพให้น่าสนใจ นำดึงดูดให้น่าชม ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,900

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : สุบัสคริปกาแพ (Zehra soap)

ออนไลน์ : ธรรมดาดี

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



PS65015601 : โครงการพัฒนากุลยุทธ์ และช่องทาง การตลาดออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการรีสอร์ท

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.อัยเยอร์เวง อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : รีสอร์ทและโฮมสเตย์

รายละเอียด : การวางแผนโฆษณาบนโซเชียลให้กับรีสอร์ทและโฮมสเตย์ในตำบล

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ธุรกิจการท่องเที่ยวออนไลน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การวางแผน การโฆษณาบนโซเชียลมีเดีย

อบรมเกี่ยวกับตลาดออนไลน์และการถ่ายภาพ

กลุ่มลูกค้าทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ ตลอดจนบนแพลตฟอร์มออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

การวางแผนโฆษณาบนโซเชียลให้กับรีสอร์ทและโฮมสเตย์ในตำบลอัยเยอร์เวง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ปัจจุบันการโฆษณาบนโซเชียลเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ รีสอร์ทจำเป็นต้องใช้ในการสื่อสารให้กับลูกค้าของคุณในโลกยุคดิจิทัลให้ทันกับการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูง พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์นำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ ด้วยการยิงโฆษณาบนแพลตฟอร์มโซเชียลของชุมชนที่ทำข้าวเกรียบสามรส หมู่ที่ 3 บ้านวังใหม่ ซึ่งข้าวเกรียบเริ่มจากการนำฟักทอง เผือก มันม่วง มาทำเป็นข้าวเกรียบ แรกเริ่มก็ลองทำเป็นรสชาติ หวาน แต่คนไม่นิยมรับประทาน จึงคิดค้นสูตรขึ้นมาใหม่ ให้มีรสชาติที่จัดกว่าเดิม เปลี่ยนเป็นรสกลมกล่อม เค็ม หวาน มัน ในแผ่นเดียว ต่อมาได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาจากข้าวเกรียบแบบเดิม โดยรวมสามรส เข้ามาอยู่ในแผ่นเดียว ปัจจุบันเป็นที่นิยมรับประทานกันมากกว่า แบบแยกรส

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 30,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : บ้านสายวาริน

ออนไลน์ : บ้านสายวาริน

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.อัยเยอร์เวง อ.เบตง จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ข้าวเกรียบสามรส

รายละเอียด : มีรสชาติที่จัดกว่าเดิม เปลี่ยนเป็นรสกลมกล่อม เค็ม หวาน มัน ในแผ่นเดียว

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนา Packaging Design

คุณภาพและมาตรฐานในการบรรจุผลิตภัณฑ์

อบรมอีคอมเมิร์ซ Page Facebook และ Line Platform

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

การวางแผนโฆษณาบนโซเชียลให้กับรีสอร์ทและโฮมสเตย์ในตำบลอัยเยอร์เวง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ปัจจุบันการโฆษณาบนโซเชียลเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ รีสอร์ทจำเป็นต้องใช้ในการสื่อสารให้กับลูกค้าของคุณในโลกยุคดิจิทัลให้ทันกับการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูง พัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบสามรส ต่อยอดผลิตภัณฑ์นำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ ด้วยการยิงโฆษณาบนแอปพลิเคชัน ของชุมชนที่ทำข้าวเกรียบสามรส หมู่ที่ 3 บ้านวังใหม่ ซึ่งข้าวเกรียบเริ่มจากการนำฟักทอง เผือก มันม่วง มาทำเป็นข้าวเกรียบ แรกเริ่มก็ลองทำเป็นรสชาติ หวาน แต่คนไม่ค่อยรับประทาน จึงคิดค้นสูตรขึ้นมาใหม่ ให้มีรสชาติที่จัดกว่าเดิม เปลี่ยนเป็นรสกลมกล่อม เค็ม หวาน มัน ในแผ่นเดียว ต่อมาได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาจากข้าวเกรียบแบบเดิม โดยรวมสามรส เข้ามาอยู่ในแผ่นเดียว ปัจจุบันเป็นที่นิยมรับประทานกันมากกว่า แบบแยกรส

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 11,900

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : sakai mall

ออนไลน์ : www.shopee.com

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ตาเซะ อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ทองม้วนรสกล้วยหอม

รายละเอียด : ทองม้วนรสกล้วยหอมได้ดำเนินการผลิตด้วยการนำกล้วยหอมที่ปลูกใน ต.ตาเซะ อ.เมือง จ.ยะลา ที่ปลูกแบบปลอดสารพิษ มาผลิตเป็นทองม้วนรสกล้วยหอม เพื่อนำกล้วย มาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าและต่อยอดทางธุรกิจ เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั่วไป โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับ

05 : แผนธุรกิจ

กลุ่มลูกค้าทองม้วนรสกล้วยหอม คือ กลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ร้านขายของที่ระลึกนักท่องเที่ยว และร้านขายส่งทั่วไป ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ผลิตจากกลุ่มอาชีพพื้นบ้านต.ตาเซะ อ.เมือง จ.ยะลา สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในพื้นที่ ผลิตจากกล้วยหอมที่ปลูกแบบปลอดสารพิษในต.ตาเซะ กลิ่นหอม รสชาติอร่อย เก็บรักษาได้นาน และรสชาติสมเหตุสมผล ผลิตจากกล้วยหอมปลอดสารเคมีจากต.ตาเซะ อ.เมือง จ.ยะลา

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

1. Page การตลาดออนไลน์
2. Social media
3. พัฒนา Packaging design

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,400

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : OTOP ทองม้วน ทองพัน

ออนไลน์ : OTOP ทองม้วน ทองพัน

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65016307 : พัฒนาลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของม้วนรสกล้วยหอมที่ส่งเสริมการตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ตาเซะ อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ของม้วนรสกล้วยหอม

รายละเอียด : ของม้วนรสกล้วยหอมได้ดำเนินการธุรกิจ ด้วยการพัฒนาลากและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานอาหาร และส่งเสริมการตลาด ช่องทางการตลาดมีทั้งแบบออนไลน์ โดยการจัดสร้างช่องทางการขายทางเพจ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและการขายแบบ online และ of

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

social media

พัฒนา Packaging design

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

กลุ่มลูกค้าของม้วนรสกล้วยหอม คือ กลุ่มผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย ร้านขายของที่ระลึกนักท่องเที่ยว และร้านขายส่งทั่วไป ผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ผลิตจากกลุ่มอาชีพบ้านต.ตาเซะ อ.เมือง จ.ยะลา สร้างงาน สร้างอาชีพให้กับชาวบ้านในพื้นที่ ผลิตจากกล้วยหอมที่ปลูกแบบปลอดสารพิษในต.ตาเซะ กลิ่นหอม รสชาติอร่อย เก็บรักษาได้นาน และราคาสมเหตุสมผล ผลิตจากกล้วยหอมปลอดสารเคมีจากต.ตาเซะ อ.เมือง จ.ยะลา

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,400

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : OTOP ทองนัว ทองพัน

ออนไลน์ : OTOP ทองนัว ทองพัน

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65012487 : การต่อยอดผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลาทำสบู่ด้วยโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) ณ

ท่าสาป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.ท่าสาป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สบู่ผงถ่านกะลามะพร้าว (Coco carbon soap)

รายละเอียด : เป็นสบู่ที่มีผงถ่านกะลามะพร้าวเป็นส่วนผสมหลักโดยใช้เตาเผาถ่านไบโอชาร์ขนาดเล็กเผาด้วยอุณหภูมิสูงถึง 1,000 องศาเซลเซียสเพื่อผลิตผงถ่านก่อนนำไปผสมกับกลีเซอรินและเบสสบู่โดยมีสูตรเฉพาะกลุ่มU2Tท่าสาปตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาประจำตำบล

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Recycle (การแปรรูป)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้ด้านเคมีภัณฑ์

ใช้เตาเผาถ่านไบโอชาร์ขนาดเล็กในการผลิตผงถ่านกะลามะพร้าวจากเศษกะลามะพร้าวที่ใช้

เป็นส่วนผสมใน การทำสบู่

เลือกใช้วัสดุอุปกรณ์อย่างง่าย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

เป็นการวางแผนเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ประเภทเสริมความงามและสุขภาพตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) ให้กับกลุ่มกะลาทำสบู่ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ โดยทีมท่าสาปได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทั้งนี้ เพื่อหาความเป็นไปได้ในการเปิดตัวสินค้าใหม่ที่จะต้องออกแบบสินค้าให้มีความน่าสนใจ รวมถึง การกำหนดทิศทางการขายทั้งตลาดในชุมชน ในจังหวัดและผ่านสื่อออนไลน์ มีการคำนวณต้นทุนการผลิต เพื่อกำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มอายุของลูกค้า ทางกลุ่มท่าสาปยังกำหนดทิศทางการขายแบบ มุ่งเป้าว่าต่อเดือนควรขายได้จำนวนเท่าไร เพราะทีมงานจะให้ความสำคัญเมื่อส่งเสริมการผลิตสินค้า แล้วจะต้องขายได้จริง สร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ ดังสโลแกนหรือคำขวัญที่น่าจดจำของกลุ่ม ท่าสาปที่ว่า "พัฒนาผลิตภัณฑ์โดย U2T BCG สร้างเศรษฐกิจที่ดีให้ชุมชน"

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 900

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : อาชีวะซ้อป

ออนไลน์ : กระจกสด หวีสะพานเรือนจำ ท่าสาป

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65012494 : โครงการ การต่อยอดผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลาทำสบู่ด้วยโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) ต.ท่าสาป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ท่าสาป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นจากมะพร้าวอก (Coco Thasap)
รายละเอียด : เป็นน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นที่ได้มาจากการหมัก แบบธรรมชาติโดยการนำมะพร้าวอกมาเป็นวัตถุดิบหลัก ในการผลิต ซึ่งมีสูตรเฉพาะกลุ่มU2Tทำสบู่ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาประจำตำบล

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การพัฒนาระบบธุรกิจ
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ใช้องค์ความรู้ด้านเคมีภัณฑ์
น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็นใช้มะพร้าวอกที่มีจาวเป็นวัตถุดิบในการผลิต โดยใช้วิธีหมักแบบธรรมชาติ
ใช้วัสดุอุปกรณ์อย่างง่ายในการผลิต

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

เป็นการวางแผนเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ประเภทเสริมความงามและสุขภาพตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model)ให้กับกลุ่มกะลาทำสบู่ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ โดยทีมทำสบู่ได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทั้งนี้ เพื่อหาความเป็นไปได้ในการเปิดตัวสินค้าใหม่ที่จะต้องออกแบบสินค้าให้มีความน่าสนใจ รวมถึง การกำหนดทิศทางการขายทั้งตลาดในชุมชน ในจังหวัดและผ่านสื่อออนไลน์ มีการคำนวณต้นทุนการผลิต เพื่อกำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มอายุของลูกค้า ทางกลุ่มทำสบู่ยังกำหนดทิศทางการขายแบบ นุ่งเป้าว่าต่อเดือนควรขายได้จำนวนเท่าไร เพราะทีมงานจะให้ความสำคัญเมื่อส่งเสริมการผลิตสินค้า แล้วจะต้องขายได้จริง สร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ ดังสโลแกนหรือคำขวัญที่น่าจดจำของกลุ่ม ทำสบู่ที่ว่า "พัฒนาผลิตภัณฑ์โดย U2T BCG สร้างเศรษฐกิจที่ดีให้ชุมชน"

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : อาชีวะซ้อป
ออนไลน์ : ะก๊สัด หัวสะพานเรือนจำ ทำสบู่
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65012495 : โครงการ การต่อยอดผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลาทำสบู่ด้วยโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) ต.ท่าสาป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ท่าสาป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ปุ๋ยน้ำชีวภาพจากน้ำมะพร้าว (Bio Kala)
รายละเอียด : เป็นปุ๋ยน้ำชีวภาพจากน้ำมะพร้าวผลิตจากน้ำมะพร้าว ที่เหลือใช้และน้ำหมักที่เหลือจากกระบวนการผลิตน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น ซึ่งเทคโนโลยีในการผลิตไม่มีความซับซ้อนแต่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบที่เหลือใช้ได้

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
Upcycle (การรีไซเคิลแบบที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้ด้านเคมีภัณฑ์
ปุ๋ยน้ำชีวภาพที่ผลิตจากน้ำมะพร้าวเหลือใช้และน้ำหมักที่เหลือจากกระบวนการผลิตน้ำมันมะพร้าว สกัดเย็น โดยใช้วิธีหมักแบบธรรมชาติ
ใช้วัสดุอุปกรณ์อย่างง่าย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

เป็นการวางแผนเพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ประเภทปุ๋ยน้ำชีวภาพผลิตจากน้ำมะพร้าวที่เหลือจากร้านกะทิ สามารถตอบโจทย์ด้านสิ่งแวดล้อม และอื่นๆตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) ให้กับกลุ่มกะลาทำสบู่เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ โดยทีมท่าสาปได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทั้งนี้เพื่อหาความเป็นไปได้ในการเปิดตัวสินค้าตัวใหม่ที่จะต้องออกแบบสินค้าให้มีความน่าสนใจ รวมถึงการกำหนดทิศทางการขายทั้งตลาดในชุมชน ในจังหวัด และผ่านสื่อออนไลน์ มีการคำนวณต้นทุนการผลิต เพื่อกำหนดราคาให้เหมาะสมกับกลุ่มอายุของลูกค้า ทางกลุ่มท่าสาปยังกำหนดทิศทางการขายแบบมุ่งเป้าว่าต่อเนื่องควรขายได้จำนวนเท่าไร เพราะทีมงานจะให้ความสำคัญเมื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าแล้วจะต้องขายได้จริง สร้างรายได้ สร้างงาน สร้างอาชีพ ดังสโลแกนหรือคำขวัญที่นางจันทิมาของกลุ่ม ท่าสาปที่ว่า "พัฒนาผลิตภัณฑ์โดย U2T BCG สร้างเศรษฐกิจที่ดีให้ชุมชน"

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย
ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]
สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : อาอีซฮ์ฮอป
ออนไลน์ : ภัทสด หวีสะพานเรือนจำ ท่าสาป
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บันนังสาเรง อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ไก่หมูนับวัน

รายละเอียด : ไก่หมูนับวัน เป็นอาหารยอดนิยมของคนไทย ใช้รับประทานได้ตั้งแต่อาหารจานหลัก อาหารว่าง อาหารเรียกน้ำย่อย หรือเครื่องเคียง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้กับสินค้าให้ดึงดูดและเป็นประโยชน์แก่ลูกค้ามากที่สุด โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop / Adobe Illustrator ในการออกแบบตราสินค้า / บรรจุภัณฑ์

2. สร้างช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เช่น Facebook page

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

เนื่องจากตำบลบันนังสาเรงเป็นตำบลที่มีพื้นที่สีเขียวและประชาชนในตำบลจะประกอบอาชีพเกษตรกรรมและค้าขายเป็นส่วนใหญ่ โดยทีมงาน น2t ประจำตำบลบันนังสาเรง ได้มีการสำรวจและลงพื้นที่เพื่อค้นหาลูกค้าเด่นของตำบล อันได้แก่ ไก่หมูนับวันในชุมชนพวงชื่อไรประกอบอาชีพค้าขายมาช้านาน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 135,300

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ไก่หมูนับวัน

ออนไลน์ : ที่บันนังสาเรง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บันนังสาเรง อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 3 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ชื่อแหล่งท่องเที่ยวในตำบล 1.พินกลางทุ่งนา๑๑บันนังสาเรง 2.เขาบือย 3. น้ำตกสาละแอะฮ์ 4. ภูเขาปุโรองออนเดอะบิช

รายละเอียด : ชื่อแหล่งท่องเที่ยวในตำบล 1.พินกลางทุ่งนา๑๑บันนังสาเรง มีลักษณะเป็นทุ่งนาที่มีความอุดมสมบูรณ์2.เขาบือยยอดเขามองเห็นบรรยากาศทั่วบันนังสาเรง3.น้ำตกสาละแอะฮ์ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ4. ภูเขาปุโรองออนเดอะบิช เป็นสถานที่พบปะสังสรรค์

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator/ Adobe Creative Cloud Express / Davinci Resolve ในการตัดต่อวิดีโอ

ใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียที่เป็นออนไลน์ เช่น Facebook page Tiktok

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ
องค์ประกอบที่ 1 บทสรุปของแผนธุรกิจ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวในตำบลบันนังสาเรง กลุ่มเป้าหมาย คือ คนในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง รวมถึงนักท่องเที่ยวที่แสวงหาหรือสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่แปลกใหม่ ทุกเพศ ทุกวัย ที่ต้องการสัมผัสกับบรรยากาศเชิงธรรมชาติ เป็นการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ สร้างความภาคภูมิใจในตนเอง ยกระดับคุณภาพชีวิต และมีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของคนในชุมชน
องค์ประกอบที่ 2 แนวคิดและที่มาของแผนธุรกิจ นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาในชุมชนและจากการพัฒนาของคนในพื้นที่ สถานที่ท่องเที่ยวในตำบลบันนังสาเรงมีแนวโน้มที่จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

องค์ประกอบที่ 3 การวิเคราะห์สถานการณ์ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลและแผนชุมชนตำบลบันนังสาเรง จุดแข็ง ที่ตั้งมีความได้เปรียบ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายและอุดมสมบูรณ์ ได้แก่ ทุ่งนา ภูเขา แม่น้ำ เป็นต้น ผู้คนในพื้นที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี โอกาส คือ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย มีทำเลที่ตั้งใกล้ตัวเมือง เดินทางสะดวก มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากผู้นำในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติค่อนข้างมาก อุปสรรค คือ ขาดระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกอินเทอร์เน็ต สถานที่ท่องเที่ยวมีความนิยมเป็นบางช่วง เนื่องจากขาดการพัฒนาต่อเนื่อง

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 0

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : น้ำตกสาละแอะฮ์

ออนไลน์ : ที่บันนังสาเรง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65004313 : โครงการบริการวิชาการ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวพื้นเมืองปลอดสารพิษ ตำบลบุดี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ตำบลบุดี อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : brownie Gluten Free

รายละเอียด : brownie Gluten Free เป็นบราวนี่เนื้อหนึบหนับที่ไม่มีส่วนผสมของแป้งสาลี โดยนำแป้งจากข้าวหักซึ่งเป็นของเหลือจากการคัดข้าวกล้องในชุมชน มาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตแทนแป้งสาลี คนที่แพ้กลูเตนและกลุ่มรักษาสุขภาพสามารถรับประทานได้

05 : แผนธุรกิจ

brownie Gluten Free เป็นผลิตภัณฑ์บราวนี่เนื้อหนึบหนับที่ไม่มีส่วนผสมของแป้งสาลี ซึ่งนำแป้งจากข้าวหักซึ่งเป็นของเหลือจากการคัดข้าวกล้องในชุมชน มาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตแทนแป้งสาลี ดังนั้นคนที่แพ้กลูเตนในแป้งสาลีจึงสามารถรับประทานได้ นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อผู้บริโภคที่มีปัญหาการแพ้กลูเตน ผู้บริโภคกลุ่มรักษาสุขภาพ และทุกเพศทุกวัย ในราคาที่จับต้องได้ โดยมีการจำหน่ายผ่านหลายช่องทางทั้ง off-line/online

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 11,400

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้าน YRU Freshmart

ออนไลน์ : ข้าวบุดี

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ในการออกแบบตราสินค้า / บรรจุภัณฑ์

ใช้ช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ผ่านโซเชียลมีเดียที่เป็นแบบออนไลน์ เช่น Facebook page Line

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65014638 : โครงการบริการวิชาการ เพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าแก่กลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวพื้นเมืองปลอดสารพิษ ตำบลบุดี อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บุดี อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : brownie Gluten Free

รายละเอียด : brownie Gluten Free เป็นบราวนี่เนื้อหนึบหนับที่ไม่มีส่วนผสมของแป้งสาลี โดยนำแป้งจากข้าวหักซึ่งเป็นของเหลือจากการคัดข้าวกล้องในชุมชน มาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตแทนแป้งสาลี คนที่แพ้กลูเตนและกลุ่มรักษาสุขภาพสามารถรับประทานได้

05 : แผนธุรกิจ

brownie Gluten Free เป็นผลิตภัณฑ์บราวนี่เนื้อหนึบหนับที่ไม่มีส่วนผสมของแป้งสาลี ซึ่งนำแป้งจากข้าวหักซึ่งเป็นของเหลือจากการคัดข้าวกล้องในชุมชน มาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตแทนแป้งสาลี ดังนั้นคนที่แพ้กลูเตนในแป้งสาลีจึงสามารถรับประทานได้ นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อผู้บริโภคที่มีปัญหาการแพ้กลูเตน ผู้บริโภคกลุ่มรักษาสุขภาพ และทุกเพศทุกวัย ในราคาที่จับต้องได้ โดยมีการจำหน่ายผ่านหลายช่องทางทั้ง off-line/online

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 11,400

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้าน YRU Freshmart

ออนไลน์ : ข้าวบุดี

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

- ใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ในการออกแบบตราสินค้า/บรรจุภัณฑ์
- ใช้ช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ผ่านโซเชียลมีเดียที่เป็นแบบออนไลน์ เช่น Facebook page Line

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.เปาะเล้ง อ.เมืองยะลา จ.ยะลา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : PS Bio(น้ำหมักชีวภาพและดินปลูก)

รายละเอียด : ผลิตภัณฑ์ชีวภัณฑ์ที่ผลิตจากการหมักของส่วนผสมของเศษผักผลไม้ (เศษขยะเปียกในครัวเรือน) โดยแปรรูปเป็นน้ำหมักชีวภาพ และ ผลิตภัณฑ์ดินปลูกโดยหมักเศษใบพืชผสมกับน้ำหมักชีวภาพสามารถนำไปผสมกับดินทั่วไปเพื่อใช้ในการปลูกพืชชนิดต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

นวัตกรรมเครื่องเร่งการเจริญเติบโตของพืช

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีชีวภาพในการเกษตรจะช่วยปรับปรุงคุณภาพของพืชผล

นวัตกรรมหมักขยะอินทรีย์ด้วยจุลินทรีย์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

1. Value Proposition
 - น้ำหมักชีวภาพ
 - ดินปลูก
 - ขยะอินทรีย์ในท้องถิ่น
2. Customer segment
 - ลูกค้าออนไลน์
 - คนในชุมชน
 - ประชาชนทั่วไป
3. Distribution channels
 - ผ่านสื่อออนไลน์
 - สถานที่ร้านค้าในชุมชนตำบลเปาะเล้ง
4. Customer relationships
 - ส่งฟรีในพื้นที่ชุมชน
 - จัดส่งสินค้าทางออนไลน์
 - ให้คำแนะนำลูกค้า
5. Revenue streams
 - รายได้จากการขายสินค้า

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,930

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มสมาชิกเปาะเล้ง

ออนไลน์ : U2T มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ตำบลเปาะเล้ง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65011913 : การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ แบนด์ PS Bio

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.เปาะเล้ง อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : PS Bio(น้ำหมักชีวภาพและดินปลูก)

รายละเอียด : พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์แบนด์ PS Bio ให้เป็นที่รู้จักโดยใช้ระบบออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมและเข้าถึงได้ง่าย

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ใช้ช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้สื่อดิจิทัล ได้แก่ facebook

fanpage U2T มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ตำบลเปาะเล้ง

ใช้โปรแกรม Adobe Photoshop ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และโลโก้สินค้า

ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

1. Value Proposition
 - การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์
2. Customer segment
 - คนในชุมชนและทีม U2T for BCG เปาะเล้ง
3. Distribution channels
 - ให้ความรู้เรื่องตลาดออนไลน์ผ่านการจัดอบรมจากวิทยากร จนสามารถพัฒนาบุคลากรในชุมชนเปาะเล้ง
4. Customer relationships
 - จัดอบรม
5. Revenue streams
 - ได้รับความรู้การสร้างตลาดออนไลน์
6. Key resource
 - บุคลากรในพื้นที่
7. Key activities
 - จัดอบรมเพื่อให้ความรู้
 - จัดหาวิทยากร
8. Key partner

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,930

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มสัมมาชีพเปาะเล้ง

ออนไลน์ : U2T มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ตำบลเปาะเล้ง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65013087 : นวัตกรรมการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ปลาสามท้องถิ่นเสริมเศรษฐกิจฐานราก ตำบลพร่อน จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.พร่อน อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ปลาสามทอด

รายละเอียด : ปลาสามทอดเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ทำต่อจากปลาสามทั่วไป โดยมีหลักและแนวความคิดพัฒนาสินค้าอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to eat)

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมเพื่อการจัดจำหน่าย

การพัฒนาสินค้าอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to eat)

เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์

05 : แผนธุรกิจ

กลุ่มลูกค้า

- กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ ไม่จำกัดเพศ โดยมีอายุ 16 ปีขึ้นไป เนื่องจากปลาสามทอดตอบโจททย์พฤติกรรมผู้บริโภคของคนในยุคปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบาย

เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมรับประทาน

ความสัมพันธ์กับลูกค้า

- ติดตามและประเมินผลความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์

- มอบสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

- จัดจำหน่ายผ่าน Facebook ปลาสามทอดนั้น ตามร้านค้าและตลาดในพื้นที่ ศูนย์จำหน่าย

สินค้า OTOP รวมถึงจำหน่ายที่บ้าน ซึ่งเป็นศูนย์วิสาหกิจชุมชน

คุณค่าสินค้าและบริการ

- คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ คือคุณค่าทางโภชนาการของปลาสามทอดที่มีสมุนไพรเป็นส่วน

ประกอบหลัก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมรับประทาน

กิจกรรมหลัก

- กระบวนการผลิต เริ่มจากการจัดหาและคัดสรรวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น นำมาสู่กระบวนการผลิตและแปรรูปเพื่อบรรจุและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ตลาดออฟไลน์และออนไลน์

ทรัพยากรหลัก

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ปลาสามทอด

ออนไลน์ : ปลาสามทอด

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65016272 : การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ตำบลพร่อน

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.พร่อน อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ปลาต้มทอด

รายละเอียด : ปลาต้มทอดเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่ทำมาจากปลาต้มทั่วไป โดยมีหลักและแนวคิดการพัฒนาสินค้าอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to eat)

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์

ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมเพื่อการจัดจำหน่าย

การพัฒนาสินค้าอาหารพร้อมรับประทาน (Ready to eat)

05 : แผนธุรกิจ

กลุ่มลูกค้า

- กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ ไม่จำกัดเพศ โดยมีอายุ 16 ปีขึ้นไป เนื่องจากปลาต้มทอดตอบโจทยพฤติกรรมผู้บริโภคของคนในยุคปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบาย

เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมรับประทาน

ความสัมพันธ์กับลูกค้า

- ติดตามและประเมินผลความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์

- มอบสิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ

ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

- จัดจำหน่ายผ่าน Facebook ปลาต้มจากบ้าน ตามร้านค้าและตลาดในพื้นที่ ศูนย์จำหน่าย

สินค้า OTOP รวมถึงจำหน่ายที่บ้าน ซึ่งเป็นศูนย์วิสาหกิจชุมชน

คุณค่าสินค้าและบริการ

- คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ คือคุณค่าทางโภชนาการของปลาต้มทอดที่มีสมุนไพรเป็นส่วน

ประกอบหลัก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่พร้อมรับประทาน

กิจกรรมหลัก

- กระบวนการผลิต เริ่มจากการจัดหาและคัดสรรวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น นำมาสู่กระบวนการผลิตและแปรรูปเพื่อบรรจุและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ตลาดออฟไลน์และออนไลน์

ทรัพยากรหลัก

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ปลาต้มจากบ้าน

ออนไลน์ : ปลาต้มจากบ้าน : <https://www.facebook.com/pickledfish.09>

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65010268 : การพัฒนาสินค้าเกษตรและการตลาด ลูกชิ้นเห็ดนางฟ้า

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ยะลา อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ลูกชิ้นเห็ดนางฟ้า

รายละเอียด : การพัฒนาสินค้าเกษตร โดยนำเห็ดนางฟ้ามาแปรรูปเป็นลูกชิ้นเห็ดนางฟ้ามีโปรตีนสูงควบคุมน้ำหนักลดคอเลสเตอรอลในเลือดเป็นอาหารเพื่อสุขภาพสะอาด ปลอดภัย ไม่ใส่สารกันบูด

05 : แผนธุรกิจ

การนำเห็ดนางฟ้ามาแปรรูปเป็นลูกชิ้นเห็ดนางฟ้า โดยนำวัตถุดิบในชุมชนมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า สะอาด ปลอดภัย ไม่ใส่สารกันบูด เพื่อสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการ จำหน่ายทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์กลุ่มลูกค้า เป้าหมายทุกเพศ อายุ 5-70 ปีขึ้นไปและคนรักสุขภาพ

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 19,040

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ลูกชิ้นเห็ดนางฟ้ากลุ่มวานีตาวังเก่า

ออนไลน์ : ลูกชิ้นเห็ดนางฟ้าบ้านยาโล-กลุ่มวานีตาวังเก่า

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์

การพัฒนา Logo บรรจุภัณฑ์

การพัฒนาคุณค่าทางโภชนา

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ยะลา อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การพัฒนาตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นเห็ดนางฟ้า

รายละเอียด : -การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ด้วยDigitalMarketingเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook Line เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลูกชิ้นเห็ดนางฟ้า ตำบลยะลาอำเภอเมืองยะลาจังหวัดยะลา-การพัฒนาช่องทางการตลาดออฟไลน์ ตลาดนัดในพื้นที่ ตามออเดอร์

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

อบรมรูปแบบการขายตลาดออนไลน์และออฟไลน์

การพัฒนาช่องทางการออนไลน์ด้วย Digital marketing

อบรมอีคอมเมิร์ซ page Facebook และ Line platform

05 : แผนธุรกิจ

การนำเห็ดนางฟ้ามาแปรรูปเป็นลูกชิ้นเห็ดนางฟ้า โดยนำวัตถุดิบในชุมชนมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า สะอาด ปลอดภัย ไม่ใส่สารกันบูด เพื่อสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการ จำหน่ายทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทุกเพศ อายุ 5-70 ปีขึ้นไป และคนรักสุขภาพ

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 19,040

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ลูกชิ้นเห็ดนางฟ้ากลุ่มวานีตาวังเก่า

ออนไลน์ : ลูกชิ้นเห็ดนางฟ้าบ้านยาละ-กลุ่มวานีตาวังเก่า

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





สถาบันวิทยาลัยชุมชน
ต.ยุโป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 7 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ไข่เค็มเตยหอม คลองทรายใบ

รายละเอียด : ไข่เค็มเตยหอมเป็นผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่มีกลิ่นหอมใบเตยเป็นเอกลักษณ์มีรสชาติความเค็มที่พอเหมาะเป็นการแปรรูปมาจากไข่เป็ดสดจากชุมชนที่ได้มีการคัดสรรมาเป็นอย่างดีเลียดด้วยระบบธรรมชาติปลอดภัยทำให้ได้ไข่เค็มที่มีคุณภาพซึ่งแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกรรมวิธีธรรมชาติ

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

- พัฒนา Packaging Design คุณภาพและมาตรฐานในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- ใช้วัฒนธรรมดั้งเดิมให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมสู่รุ่นลูกรุ่นหลาน และการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ
- กลุ่มลูกค้าทั้งในพื้นที่ และใกล้เคียง ตลอดจนบนแพลตฟอร์มออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ธุรกิจไข่เค็มเตยหอมเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการถนอมอาหารที่มีมาอย่างยาวนานเหมาะสำหรับผู้บริโภคทุกวัยมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายแตกต่างจากคู่แข่งสามารถเก็บไว้ได้นานและเป็นการส่งเสริมให้เกิดธุรกิจของตนเองภายในชุมชนเพื่อที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ ในพื้นที่ตำบลยุโปประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดังนั้น วัตถุดิบในการผลิตจึงเป็นจำนวนมากและราคาย่อมเยาว์

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างด้านรูปลักษณ์ รสชาติของผลิตภัณฑ์ โดยเพิ่มสมุนไพรเป็นส่วนผสมลงไป เช่น ไข่เค็มสมุนไพรใบเตย ซึ่งคัดวัตถุดิบไข่เป็ดที่มีคุณภาพและบรรจุด้วยหีบห่อกระดาษที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

2. กลยุทธ์ด้านราคา

การตั้งราคาต่ำเพื่อเปิดเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว โดยมีราคาขายไข่เค็มฟองละ 10 บาท ซึ่งในกล่องมีไข่เค็ม 5 ใน กล่องละ 50 บาท เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งปลีกและค้าส่ง

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งเป็น 2 ช่องทางคือ ออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ตลาดนัดชุมชนบ้านคลองทรายใบ ตำบลยุโป

ออนไลน์ : U2T FOR BCG ตำบลยุโป เมืองยะลา

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





สถาบันวิทยาลัยชุมชน
ต.ยุโป อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 7 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : น้ำพริกไข่เค็มใบเตย บ้านคลองทรายใน
รายละเอียด : เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีอยู่ในชุมชนในการทำน้ำพริกเช่นพริกตะไคร้ หัวหอมด้วยกระบวนการตำแบบพื้นบ้านและหัวใจสำคัญคือใช้ไข่เค็มใบเตยของชุมชนบ้านคลองทรายในที่มีคุณภาพสดใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะทำให้รสชาติกลมกล่อมหอมสมุนไพร

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย
การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

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

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

- พัฒนา Packaging Design คุณภาพและมาตรฐานในการบรรจุผลิตภัณฑ์
- นำนวัตกรรมสมัยใหม่มาปรับใช้ และทำให้เกิดสินค้าแปลกใหม่ขึ้นให้ได้ตามความต้องการของลูกค้า
- กลุ่มลูกค้าทั้งในพื้นที่ และใกล้เคียง ตลอดจนบนแพลตฟอร์มออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ธุรกิจน้ำพริกไข่เค็มเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบที่มีมาจากไข่เค็ม ซึ่งใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการถนอมอาหารที่มีมาอย่างยาวนานเหมาะสำหรับผู้บริโภคทุกวัยมีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายแตกต่างจากคู่แข่งสามารถเก็บไว้ได้นานและเป็นการส่งเสริมให้เกิดธุรกิจของตนเองภายในชุมชนเพื่อที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ ในพื้นที่ตำบลยุโป ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดังนั้น วัตถุดิบในการผลิตจึงเป็น จำนวนมาก และราคาย่อมเยา
กลยุทธ์ทางการตลาด
1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์
สร้างความแตกต่างด้านรูปลักษณ์ รสชาติของผลิตภัณฑ์ เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และมีอยู่ในชุมชนในการทำน้ำพริก เช่น พริก ตะไคร้ หัวหอม ด้วยกระบวนการตำแบบพื้นบ้าน และหัวใจสำคัญคือ ใช้ไข่เค็มใบเตยของชุมชนบ้านคลองทรายใน ที่มีคุณภาพ สด ใหม่
2. กลยุทธ์ด้านราคา
การตั้งราคาเพื่อเปิดเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว น้ำพริกไข่เค็มมีราคากระปุกละ 50 บาท เพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งค้าปลีกและค้าส่ง
3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งเป็น 2 ช่องทางคือ ออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ตลาดนัดชุมชนบ้านคลองทรายใน ตำบลยุโป
ออนไลน์ : U2T FOR BCG ตำบลยุโป เมืองยะลา
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





**PS65015381 : โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอกจากทุเรียนหมอนเจ้าด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม
ของประชาชนตำบลลำพะยา จังหวัดยะลา**

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ลำพะยา อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ขนมดอกจอกทุเรียน

รายละเอียด : ชื่อแบรนด์ : Sarang Durian ขนมดอกจอกทุเรียน ที่ใช้ทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองของตำบลลำพะยา มาเป็นวัตถุดิบในการทำเพื่อรสชาติและกลิ่นของขนมให้มีความเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากรสชาติดั้งเดิม***ภาพที่แสดงเป็นเพียงภาพตัวอย่าง

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีด้านการเก็บรักษา

เทคโนโลยีด้านการผลิต

เทคโนโลยีการเพิ่มผลผลิต

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง

05 : แผนธุรกิจ

Business Model Canvas ขนมดอกจอกทุเรียน

1. ลูกค้า (Customer Segments)

- ผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดยะลาและใกล้เคียงทุกเพศ ทุกวัย
- ผู้ที่มีความนิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทุกเพศ ทุกวัย
- ผู้ที่นิยมซื้อสินค้าชุมชนเป็นของขวัญของฝาก ทุกเพศ ทุกวัย

2. คุณค่า (Value Propositions)

- ขนมดอกจอกทุเรียนเป็นรสชาติที่แปลกใหม่หาทานยาก
- ใช้ทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองในพื้นที่ตำบลลำพะยาซึ่งมีสายพันธุ์เดิมที่มาจากประเทศมาเลเซียมีเอกลักษณ์คือเนื้อทุเรียนที่แน่น กลิ่นชัดเจนและมีความหวานค่อนข้างมาก

3. ช่องทาง (Channels)

Online

- Page Facebook

- Application line

Offline

- หน้าร้านค้าในชุมชน ,ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของฝากในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดยะลา

4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship)

-การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางแชท

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 7,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าชุมชนลำพะยา

ออนไลน์ : Lamya market

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว





PS65016881 : ส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอกจากทุเรียนหนอนเจาะในรูปแบบออฟไลน์ และออนไลน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ลำพะยา อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ขนมดอกจอกทุเรียน

รายละเอียด : ชื่อแบรนด์ : Sarang Durian ขนมดอกจอกทุเรียน ที่ใช้ทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองของตำบลลำพะยา มาเป็นวัตถุดิบในการทำเพื่อรสชาติและกลิ่นของขนมให้มีความเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากรสชาติดั้งเดิม*** รูปที่แสดงเป็นเพียงรูปตัวอย่าง

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาระบบธุรกิจ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีด้านการครีเอตคอนเทนต์ และสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า

เทคโนโลยีด้านสื่อสังคมออนไลน์

เทคโนโลยีด้านการโฆษณา

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

โครงการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอกจากทุเรียนหนอนเจาะในรูปแบบออฟไลน์ และออนไลน์ เป็นการดำเนินกิจกรรมในการเพิ่มโอกาสทางการค้าให้กับกลุ่มชุมชน ในการขายผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอกทุเรียนซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่หากินยากเนื่องจากส่วนใหญ่จะมีจำหน่ายเฉพาะสดดั้งเดิม โดยจากการสำรวจในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ยังไม่พบแหล่งผลิตและจำหน่ายขนมดอกจอกทุเรียน การนำทุเรียนพันธุ์พื้นบ้านมาใช้ถือเป็นการนำเอกลักษณ์ของผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่ มาสู่รสชาติและกลิ่นของขนมดอกจอกให้มีความแตกต่างยิ่งขึ้น การส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมดอกจอกทุเรียนจึงเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างความรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์สินค้าได้เป็นอย่างดี ช่วยกระตุ้นยอดขาย ลดความเสี่ยงสินค้าค้างสต็อกได้ ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มชุมชน โดยมีกิจกรรม 2 กิจกรรมคือ

1. การส่งเสริมการจัดจำหน่ายในรูปแบบออฟไลน์
2. การส่งเสริมการจัดจำหน่ายในรูปแบบออนไลน์

1. การส่งเสริมการจัดจำหน่ายในรูปแบบออฟไลน์
 - 1.1 การแจกตัวอย่างสินค้าในชุมชนและพื้นที่ ที่จะวางจำหน่ายสินค้า
 - 1.2 การส่งเสริมการขายโดยอาศัยคนกลาง ด้วยส่วนลดเมื่อมีการซื้อสินค้าในปริมาณมาก ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้พ่อค้าคนกลางรับผลิตภัณฑ์ไปขายช่วยให้ผลผลิตสินค้าจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค
 - 1.3 การออกบูธแสดงสินค้าเพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และลูกค้าสามารถเลือกชม

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 7,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าชุมชนลำพะยา

ออนไลน์ : Lamya market

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65001060 : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผงผักเคลป์ (kale) เพื่อสุขภาพ



สถาบันวิทยาลัยชุมชน



ต.ลำใหม่ อ.เมืองยะลา จ.ยะลา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผงผัก Kele เพื่อสุขภาพ

รายละเอียด : ผักเคลหรือคะน้าใบหยิก เป็นพืชที่มีคุณประโยชน์ทั้ง วิตามินต่างๆ รวมทั้งแคลเซียมที่สำคัญมีสารต่อต้านอนุมูลอิสระ ผักเคลจึงเป็นที่นิยมในกลุ่มคนรักสุขภาพ ผู้สูงอายุและผู้ป่วย ทั้งนี้ทางกลุ่มจึงคิดริเริ่มนำผักเคลมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่รับประทาน

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

ผลิตภัณฑ์ผักและอาหารแปรรูป

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนา Packaging Design
คุณภาพและมาตรฐานในการบรรจุผลิตภัณฑ์
ออกแบบ Page Facebook และ Line Platform

05 : แผนธุรกิจ

การทำแผนต้องเริ่มจากการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันรวมทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจเสียก่อน การวิเคราะห์ดังกล่าว เรียกว่าการทำ SWOT Analysis ซึ่งย่อมาจาก Strength (S) จุดแข็ง คือการวิเคราะห์จุดแข็งของทีม ว่ามีความโดดเด่นหรือแตกต่างอย่างไรจากคู่แข่ง เพื่อที่จะนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการขยายธุรกิจต่อไป Weakness (W) จุดอ่อน คือการวิเคราะห์หาจุดอ่อนของทีม เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการทำธุรกิจไปในทิศทางนั้น Opportunity (O) โอกาส คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกทีมที่มีผลเชิงบวกแก่ธุรกิจของเราในอนาคต Threats (T) อุปสรรค คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกทีมที่ส่งผลเชิงลบกับธุรกิจ SWOT Analysis ของทีมมีรายละเอียด ดังนี้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,600

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : NurisFarmLammai
ออนไลน์ : U2T ลำใหม่ เมืองยะลา
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





สถาบันวิทยาลัยชุมชน
ต.ลำใหม่ อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 10 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : Bitter bean มัดย้อม

รายละเอียด : ผ้ามัดย้อม มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์สวยงามในตัว อีกทั้งในพื้นที่มีสวนสะตอเป็นจำนวนมาก การใช้สีย้อมผ้าที่ได้จากการหมักเปลือกสะตอ และนำผ้ามัดย้อมที่เป็นวัสดุเหลือใช้จากการตัดเย็บเสื้อผ้ามาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Upgradable (ยกระดับได้)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาระบบฐานข้อมูล
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

กลุ่มลูกค้าทั้งในพื้นที่ และใกล้เคียง ตลอดจนบน Platform Online
พัฒนา Packaging Design
คุณภาพและมาตรฐานในการบรรจุผลิตภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

การทำแผนต้องเริ่มจากการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันรวมทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจเสียก่อน การวิเคราะห์ดังกล่าว เรียกว่าการทำ SWOT Analysis ซึ่งย่อมาจาก Strength (S) จุดแข็ง คือการวิเคราะห์จุดแข็งของทีม ว่ามีความโดดเด่นหรือแตกต่างอย่างไรจากคู่แข่ง เพื่อที่จะนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการขยายธุรกิจต่อไป Weakness (W) จุดอ่อน คือการวิเคราะห์หาจุดอ่อนของทีม เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการทำธุรกิจไปในทิศทางนั้น Opportunity (O) โอกาส คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลเชิงบวกแก่ธุรกิจของเราในอนาคต Threats (T) อุปสรรค คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลเชิงลบกับธุรกิจ SWOT Analysis ของทีมมีรายละเอียด ดังแนบ

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,400

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : Bitter Bean มัดย้อม

ออนไลน์ : U2T ลำใหม่ เมืองยะลา

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





PS65014316 : อบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งชันโรงยอดเขาโต๊ะสาเหะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ลีดล อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : อบรมให้ความรู้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และแบรนด์
รายละเอียด : เป็นการอบรมให้ความรู้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจเพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการขายมากยิ่งขึ้น

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
Recycle (การแปรรูป)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้
โปรแกรมออกแบบโลโก้บรรจุภัณฑ์
บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

05 : แผนธุรกิจ

เป็นการวางแผนการเพิ่มผลผลิตและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำผึ้งชันโรงให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำผึ้งชันโรงยอดเขาโต๊ะสาเหะห์และประชาชนทั่วไป ตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) โดยวิธีการอบรมให้ความรู้การเพิ่มผลผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ออกแบบและทำนวัตกรรมรังเลี้ยงผึ้งชันโรง ให้ความสำคัญต่อการสร้างโรงเลี้ยงผึ้งชันโรงในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์และขยายรังเลี้ยงต่อไป รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า รักษาสมดุลของระบบนิเวศค้ำจุนสิ่งแวดลอมที่มีอยู่ในชุมชน รองรับการขายตัวของตลาดได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้และพัฒนาอาชีพในชุมชนอย่างยั่งยืน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : น้ำผึ้งชันโรงยอดเขาโต๊ะสาเหะห์

ออนไลน์ : -

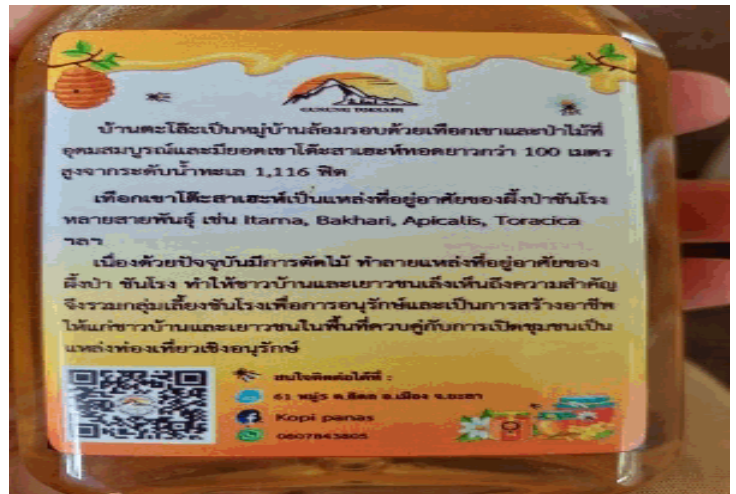
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ



รูปก่อน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ลีดล อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : อบรมให้ความรู้การเพิ่มผลผลิต

รายละเอียด : เป็นการอบรมให้ความรู้การเพิ่มผลผลิตของน้ำผึ้งชันโรงให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและประชาชนทั่วไป เพื่อเพิ่มผลผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการเลี้ยงผึ้ง การสร้างรังผึ้ง รวมถึงการนำนวัตกรรมมาใช้ในกระบวนการผลิต

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

จุลชีววิทยาอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

กล่องเลี้ยงผึ้ง
การปลูกต้นไม้ดอกไม้สำหรับเป็นอาหารผึ้ง
การแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นสบู่น้ำผึ้ง

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

เป็นการวางแผนการเพิ่มผลผลิตและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำผึ้งชันโรงให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำผึ้งชันโรงยอดเขาโต๊ะสาเหะห์และประชาชนทั่วไป ตามแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) โดยวิธีการอบรมให้ความรู้การเพิ่มผลผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ออกแบบและทำนวัตกรรมรังเลี้ยงผึ้งชันโรง ให้ความสำคัญต่อการสร้างโรงเลี้ยงผึ้งชันโรงในชุมชนเพื่อการอนุรักษ์และขยายรังเลี้ยงต่อไป รวมไปถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า รักษาสมดุลของระบบนิเวศค้ำยังถึงสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในชุมชน รองรับการขายตัวของตลาดได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้และพัฒนาอาชีพในชุมชนอย่างยั่งยืน

06 : ผลิตภัณฑ์/บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : น้ำผึ้งชันโรงยอดเขาโต๊ะสาเหะห์

ออนไลน์ : -

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.สะเตง อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : มัลเบอร์รี่อบแห้ง

รายละเอียด : เนื่องจากมีไร่มัลเบอร์รี่ และมีผลผลิตเยอะ จึงคิดแปรรูปจากผลมัลเบอร์รี่สด เป็นมัลเบอร์รี่อบแห้ง โดยจะบรรจุใส่ถุงห่อให้สวยงาม เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีแปรรูปมัลเบอร์รี่อบแห้ง

เทคโนโลยีการอบชาใบหม่อน

บรรจุภัณฑ์ที่มีมัลเบอร์รี่อบแห้งและชาใบหม่อน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ชื่อกลุ่ม : วิสาหกิจหม่อนแปรรูปชุมชนหลังทองร้อย

ชื่อ-สกุล ประธานกลุ่ม : นางสุนันท์ บัวเนียม

ประเภทผู้ประกอบการ : ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม (SMEs)

ชื่อผลิตภัณฑ์ : Nunny Mulberry

ประเภทผลิตภัณฑ์ : อาหารเพื่อสุขภาพ

มูลเหตุจูงใจ หรือแรงบันดาลใจ ที่ทำให้ประกอบธุรกิจ หรือขยายกิจการ

- มีไร่มัลเบอร์รี่และมีผลผลิตเยอะ จึงคิดแปรรูปเป็นสินค้า เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ

ปัญหาที่กิจการของท่านกำลังประสบในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

- ปัญหาด้านการขาย และไม่ถนัดใช้สื่อออนไลน์ในการโฆษณา
- หลังจากประสบปัญหาช่วงโควิด การปฏิบัติงานลดลง ลดกำลังการผลิต รายได้ลดน้อยลง
- เป้าหมายของธุรกิจในอนาคต
- สามารถส่งสินค้าออกไปจำหน่ายต่างประเทศ
- มีช่องทางออนไลน์หลายแพลตฟอร์มในการจำหน่าย เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 9,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : สรรณโรงพยาบาลยะลา, Fresh mart มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ออนไลน์ : <https://www.facebook.com/NunnyMulberry>

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.สะเตง อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : นิลเบอรี่รอบแห้ง

รายละเอียด : เนื่องจากมีไร่มีลเบอรี่ และมีผลผลิตเยอะ จึงคิดแปรรูปจากผลมีลเบอรี่สด เป็นมีลเบอรี่รอบแห้ง โดยจะบรรจุใส่ถุงห่อให้สวยงาม เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

สื่อที่เผยแพร่ ทางหนังสือพิมพ์ ไปสเตอร์ โฆษณา โทรทัศน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีด้านการอบรมการตลาดออนไลน์ ทางช่องทาง TikTok

เทคโนโลยีด้านการอบรมการตลาดออนไลน์ ทางช่องทาง Shopee

ปรับระบบหลังร้านทาง Facebook

05 : แผนธุรกิจ

ชื่อกลุ่ม : วิสาหกิจหมอนแปรรูปชุมชนหลังทองร้อย

ชื่อ-สกุล ประธานกลุ่ม : นางสุนันท์ บัวเนียม

ประเภทผู้ประกอบการ : ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม (SMEs)

ชื่อผลิตภัณฑ์ : Nunny Mulberry

ประเภทผลิตภัณฑ์ : อาหารเพื่อสุขภาพ

มูลเหตุจูงใจ หรือแรงบันดาลใจ ที่ทำให้ประกอบธุรกิจ หรือขยายกิจการ

- มีไร่มีลเบอรี่และมีผลผลิตเยอะ จึงคิดแปรรูปเป็นสินค้า เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ

ปัญหาที่กิจการของท่านกำลังประสบในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน

- ปัญหาด้านการขาย และไม่มียอดใช้สื่อออนไลน์ในการโฆษณา

- หลังจากประสบปัญหาช่วงโควิด การปฏิบัติงานลดลง ลดกำลังการผลิต รายได้ลดน้อยลง

เป้าหมายของธุรกิจในอนาคต

- สามารถส่งสินค้าออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

- มีช่องทางออนไลน์หลายแพลตฟอร์มในการจำหน่าย เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น

06 : ผลิตภัณฑ์/บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 9,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : สรรณโรงพยาบาล

ออนไลน์ : NunnyMulberry ไร่มีลเบอรี่พร้อมดื่ม

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65010587 : โครงการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาศักยภาพด้านการจำหน่ายสินค้าผ้ามัดย้อม
จากสิรินธรมาติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.สะเตงนอก อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : บรรจุภัณฑ์สำหรับผ้ามัดย้อมจากสิรินธรมาติ
รายละเอียด : บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสำหรับ เน้นการออกแบบเพื่อให้
สินค้า สวยงาม โดดเด่น มีภาพลักษณ์เป็นที่ยอมรับ ใช้บรรจุผ้ามัดย้อมผลิตจากสิ
รินธรมาติ ซึ่งลวดลายมีความเป็นเอกลักษณ์ มีความทันสมัยและโดดเด่น

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ สร้างจุดขายให้กับ
สินค้า
การออกแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์
ใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Economy)

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมช่วยคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เน้นการ
ออกแบบที่มีเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นที่ยอมรับเกี่ยวกับ
งานฝีมือและผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มสตรีตัดเย็บเสื้อผ้าตำบลสะเตงนอก
ออนไลน์ : สรรหาผ้ามัดย้อม by STN
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65011022 : โครงการพัฒนาศักยภาพด้านการจำหน่ายสินค้าผ้ามัดย้อมจากธรรมชาติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.สะเตงนอก อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมจากธรรมชาติ
รายละเอียด : พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความสามารถและมีทักษะในการจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์โดยสินค้าที่จะวางขายคือ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้ามัดย้อมผลิตจากธรรมชาติ ซึ่งลวดลายมีความเป็นเอกลักษณ์ มีความทันสมัยและโดดเด่น

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการบริการ

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือการสื่อสารกับลูกค้าที่มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อพัฒนาการตลาดในรูปแบบการสื่อสารให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำและต่อเนื่อง
ใช้วิธีการ Live stream ผ่าน Facebook มาใช้ในการจำหน่ายสินค้า เพื่อความคมชัดของ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน

Islamic Costume - stn yala
โพสต์โดย Ray Been
29 ก.ค. · 🌐

มาแล้วว!! STN Tailor ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นประจำตำบลสะเตงนอก

คราวนี้กลับมาพร้อมกับเสื้อผ้ามัดย้อมจากธรรมชาติ ที่มีลวดลายที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สวยและดูดี 🌿 เราอยากแนะนำให้ลูกค้าที่กำลังมองหาเสื้อผ้าลวดลายไม่ซ้ำใคร ลองเข้ามาส่องดูลายสวยๆ กันได้เลยนะครับ 🌿

... ดูเพิ่มเติม



05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้ามัดย้อมผลิตจากธรรมชาติ STN Tailor ช่องทางการจัดจำหน่ายมีทั้งออฟไลน์และออนไลน์กลุ่มลูกค้าที่กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบเกี่ยวกับงานศิลปะประเภทผ้างานฝีมือและกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม link : <http://bitly.ws/>

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มสตรีตัดเย็บเสื้อผ้าตำบลสะเตงนอก
ออนไลน์ : สรรหามัดย้อม by STN
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





**PS65012595 : โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG U2T ณ ตำบล
หน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา**

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.หน้าถ้ำ อ.เมืองยะลา จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การตลาดออนไลน์และออฟไลน์เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีมายาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

รายละเอียด : 1.Digital Marketing Platform ช่องทางการตลาดออนไลน์ส่งเสริมการท่องเที่ยวและกลุ่มสีมายา ได้แก่ เว็บไซต์ ,เพจ Facebook , Tiktok ,Line และช่องทางอื่น ๆ โปรแกรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีมายา2) ช่องทางการตลาดออฟไลน์ ได้แก่ การออกบูธ

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

สื่อที่เผยแพร่ ทางหนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ โฆษณา โทรทัศน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การส่งเสริมการขายและการตลาด

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

- อุปกรณ์ประกอบในการถ่ายภาพสินค้า ประกอบด้วย ฉากพื้นหลัง ไฟวงแหวน ขาตั้งกล้อง
- กล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ และเทคโนโลยีดิจิทัลในการถ่ายทอดสดจากสมาร์ทโฟน
- ไมโครโฟนสำหรับถ่ายทำ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

การตลาดออนไลน์และออฟไลน์ส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อ (1) สร้างยอดขายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีมายา(ของใช้ของที่ระลึก) และ (2) โปรโมทและจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 34,700

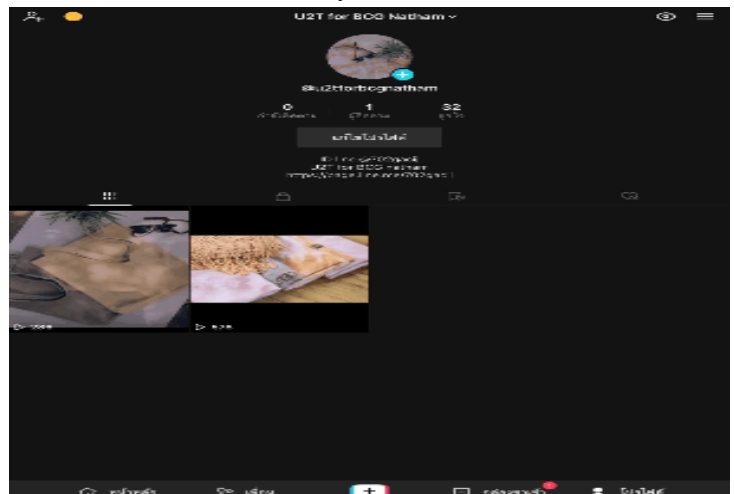
08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มสีมายา

ออนไลน์ : U2T มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ตำบลหน้าถ้ำ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65012813 : โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG U2T ณ ตำบล

หน้าถ้ำ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.หน้าถ้ำ อ.เมืองยะลา จ.ยะลา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ของใช้ของที่ระลึกจากผ้าสีมายา

รายละเอียด : -ผลิตภัณฑ์เดิม ผ้าหลา กระเป๋าแฟชั่น เสื้อยืด/เสื้อแฟชั่น ผ้าพันคอ หมวกแฟชั่น และอื่นๆ-ผลิตภัณฑ์ใหม่ จากเศษผ้าเหลือใช้ ที่รองแถว/จาน ที่รองเมาส์ กระเป๋า - ผลิตภัณฑ์ใหม่ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีมายาและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมภายใต้แนวคิดBCG โดยนำเศษผ้าเหลือใช้จากการตัดเย็บเสื้อผ้า(จากการมัดย้อมจากดินมายา) นำมาหมุนเวียนไปผลิตเป็นของใช้ของที่ระลึกภายใต้เทคโนโลยีแนวคิด(Circular Economy) และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Product)

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Upcycle (การรีไซเคิลแบบที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

- การส่งเสริมการขายและการตลาด
- การส่งเสริมการขายและการตลาด
- การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

- อุปกรณ์ตัดเย็บและอุปกรณ์ในการพิมพ์ลาย เช่น ด้าย เครื่องจักรเย็บผ้า แม่พิมพ์ลาย ฯลฯ
- กระดุมย้อมผ้า และวัสดุอุปกรณ์อื่น ๆ ในการย้อมสีผ้า
- วัตถุดิบที่ใช้ย้อมสี จากธรรมชาติ เช่น ดินมายา เปลือกมังคุด ใบหูกวาง เป็นต้น

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

- ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
- ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]
- สร้างความรู้ให้ชุมชน
- สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 51,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มสีมายา

ออนไลน์ : U2Tมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ตำบลหน้าถ้ำ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ภคทอง อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ยาดมสมุนไพรจากตองอบ

รายละเอียด : ใช้สมุนไพรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่น มีสรรพคุณช่วยผ่อนคลาย แก้วิงเวียนศีรษะ คัดจมูก บรรเทาอาการไอ ระคายคอ

05 : แผนธุรกิจ

การใช้สมุนไพรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาทำการผลิตด้วยนวัตกรรมเครื่องสกัดร้อน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่น มีสรรพคุณช่วยผ่อนคลาย แก้วิงเวียนศีรษะ คัดจมูก บรรเทาอาการไอ ระคายคอ และผลจากแมลงสัตว์กัดต่อย

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,900

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : Katong Herb

ออนไลน์ : Katong Herb

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

1. การผลิตสมุนไพรด้วยนวัตกรรมเครื่องสกัดร้อน

2. การใช้นวัตกรรมทางการตลาดโดยการให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กพกพาสะดวกและทันสมัย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ภคทอง อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ยาดมสมุนไพรจากตองแบรนด์

รายละเอียด : ใช้สมุนไพรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่น มีสรรพคุณช่วยผ่อนคลาย แก้วเวียงศรีษะ คัดงูคูก บรณเทออาการไอ ระคายคอ

05 : แผนธุรกิจ

การใช้สมุนไพรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาทำการผลิตด้วยนวัตกรรมทางการสกัดร้อน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่น มีสรรพคุณช่วยผ่อนคลาย แก้วเวียงศรีษะ คัดงูคูก บรณเทออาการไอ ระคายคอ และแผลจากแมลงสัตว์กัดต่อย

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,900

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : Katong Herb

ออนไลน์ : Katong Herb

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

1. การผลิตสมุนไพรด้วยนวัตกรรมการสกัดร้อน

2. การใช้นวัตกรรมทางการตลาดโดยการให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย

3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็กพกพาสะดวกและทันสมัย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ต.ตาชี อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 2 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : Rubber Bag Tachee หรือ กระเป๋าเคลือบยางพารา
รายละเอียด : Rubber Bag Tachee หรือกระเป๋าเคลือบยางพาราเป็นนวัตกรรมที่แปรรูปยางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า เป็นกระเป๋าที่ผลิตจากแผ่นโอเท็กซ์โกล์หรือผ้าได้ดิบมาเคลือบน้ำยางชั้นคอมพาว์โดยนำมาขึ้นรูป เป็นชิ้นงานสามารถนำมาตัดเป็นกระเป๋า ตามรูปแบบที่ต้องการ

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

นวัตกรรมจากยางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการแปรรูป
เทคโนโลยีการเคลือบน้ำยางชั้นคอมพาว์ลงบนผลิตภัณฑ์
เทคโนโลยีการขึ้นรูปกระเป๋า

05 : แผนธุรกิจ

การทำผลิตภัณฑ์กระเป๋าเคลือบยางพารา สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม นำมาขายได้ 2 ช่องทางคือ ออนไลน์และออนไลน์ มีการทำงานร่วมกันในทีมงานในการสร้างความเข้าใจการตลาดในปัจจุบันเพื่อการกระจายสินค้าให้คนรู้จักมากยิ่งขึ้นอีกทั้งยังสามารถเพิ่มยอดขายให้เพิ่มขึ้น

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :
ออนไลน์ :
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ต.ตาชี อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 2 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สะตอยัดแฉก

รายละเอียด : สะตอยัดแฉก เป็นนวัตกรรมที่แปรรูปยางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าใช้เป็นยางดิ่งเพื่อออกกำลังกาย อีกทั้งยังสามารถขัดถูผิวได้เนื่องจากในตัวผลิตภัณฑ์ ได้ผสมสมุนไพรพื้นบ้านเข้าไป ได้แก่ ขมิ้นชัน ว่านหางจระเข้ เป็นต้น

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมเพื่อจำหน่าย
เพิ่มมูลค่าสะตอยัดแฉก ด้วยการใส่สมุนไพรเข้าไปด้วย
นำสินค้าไปจำหน่ายผ่าน platform online Facebook

05 : แผนธุรกิจ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืน สะอาด ปลอดภัย สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม นำมาขายได้ 2 ช่องทางคือ ออนไลน์และออนไลน์ มีการทำงานร่วมกันในทีมงานในการสร้างความเข้าใจการตลาดในปัจจุบันเพื่อการกระจายสินค้าให้คนรู้จักมากยิ่งขึ้นอีกทั้งยังสามารถเพิ่มยอดขายให้เพิ่มขึ้น

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ :

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บาโงยซีแอ อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : BCN Shake2 ยาดมสมุนไพร

รายละเอียด : BCN Shake2 ยาดมสมุนไพร เป็นการนำพืชสมุนไพรที่ประกอบด้วยจำนวน 8 ชนิด ได้แก่ กานพลู ลูกจันทร์ ดอกจันทร์ อบเชย กระวย ตะไคร้ มะกรูด และมะนาว ซึ่งนำมาพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญา โดยการยกระดับพืชสมุนไพรในชุมชนต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การผลิตยาดมสมุนไพร และพืชมุนไพร

ความหลากหลายของสมุนไพรที่มีลักษณะเฉพาะ

ปรับกลยุทธ์ทางด้านการตลาดใหม่ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ยาดมสมุนไพรจัดอยู่ในประเภทยาสมุนไพรประจำบ้าน ใช้บรรเทาอาการวิงเวียน หน้ามืด ตาลาย เป็นหวัด คัดจมูก อ่อนเพลีย การนำพืชสมุนไพรในครัวเรือนที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาการใช้ประโยชน์พืชสมุนไพร โดยการยกระดับพืชสมุนไพรในชุมชนต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน “ยาดมสมุนไพร” ที่ประกอบด้วยจำนวน 8 ชนิด เช่น ตะไคร้ มะนาว มะกรูด เป็นต้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักสำหรับบุคคลทั่วไป ที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 7 ปีขึ้นไป สามารถใช้เป็นของฝากหรือของขวัญ โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เช่น เพจร้าน Shopee ร้านค้า โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เป็นต้น โดยมีโปรโมชัน อาทิเช่น ซื้อ 5 ขวด แถม 1 ขวด ลูกค้ารายเก่าส่งฟรี

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,200

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มBCN ผลิตภัณฑ์บาโงยซีแอ

ออนไลน์ : BCN ผลิตภัณฑ์บาโงยซีแอ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บาโงยซีแฉะ อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : BCN น้ำมันไพล

รายละเอียด : น้ำมันไพลจัดอยู่ในประเภทยาสมุนไพรประจำบ้าน ใช้ทา บวดบริเวณปวดเมื่อย หรือบรรเทาอาการวิงเวียน หน้ามืด ตาลาย เป็นต้น มีวิธีทำที่ง่าย การนำพืชสมุนไพรในครัวเรือนที่มีอยู่ในชุมชน ประกอบด้วย ไพล และ ขมิ้นชัน

05 : แผนธุรกิจ

น้ำมันไพลจัดอยู่ในประเภทยาสมุนไพรประจำบ้าน ใช้ทา บวดบริเวณปวดเมื่อย หรือบรรเทาอาการวิงเวียน หน้ามืด ตาลาย เป็นต้น มีวิธีทำที่ง่าย การนำพืชสมุนไพรในครัวเรือนที่มีอยู่ในชุมชน ประกอบด้วย ไพล และ ขมิ้นชัน โดยมาพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาที่สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชนได้ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักสำหรับบุคคลทั่วไป ที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 7 ปี และห้ามใช้สำหรับสตรีมีครรภ์ มีช่องทางการจำหน่ายมีทั้งออฟไลน์และออนไลน์ ร้านค้าทั่วไป โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เพจร้าน Facebook และ IG เป็นต้น ซึ่งสามารถใช้เป็นช่องฝากหรือของชำร่วย

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนารัฐกิจภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

กระบวนการผลิตน้ำมันไพล
การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่พกพาง่าย สะดวก
ปรับกลยุทธ์ทางด้านการตลาดใหม่ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มBCN ผลิตภัณฑ์บาโงยซีแฉะ
ออนไลน์ : BCN ผลิตภัณฑ์บาโงยซีแฉะ
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บาไร่ อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สัมแบกแช่เย็นสุดลาออนไลน์

รายละเอียด : สัมแบกแช่เย็นเพื่อสุขภาพ รสชาติเปรี้ยวอมหวาน อร่อย ได้ประโยชน์ เพราะ สัมแบก มีประโยชน์ในการลดไขมัน ลดคอเลสเตอรอล ป้องกัน และรักษาความดันโลหิต โรคเบาหวาน และโรคอ้วน เพื่อให้การบริโภคง่ายขึ้น จึงนำสัมแบกมาแปรรูปให้อยู่ในรูปแบบของการแช่เย็น

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Remanufacture (การผลิตใหม่)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

กระบวนการผลิตสินค้า

ตู้อบตากแห้งพลังงานแสงอาทิตย์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์สัมแบกแช่เย็น สุดลาออนไลน์ เนื่องด้วยรูปแบบการขายเดิมเป็นการวางขายตามร้านขายของชำทั่วไป และจากการสอบถามพูดคุยกับทางกลุ่มแม่

บ้านเกษตรกรที่ทำสัมแบกและผลิตภัณฑ์ขนมอื่น ๆ นั้น พบว่า ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไม่มีความรู้ด้านการขายในรูปแบบออนไลน์ และไม่เคยมีประสบการณ์การขายของออนไลน์ ทางทีม U2T จึงคิดที่จะเสริมและพัฒนาเพิ่มช่องทางการขายให้มากขึ้น โดยจะมีงานวิทยากรด้านการตลาดออนไลน์มาให้ความรู้ และเพิ่มช่องทางการขายทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเพจ Facebook Line@ และ Tiktok life จะมีการสร้างการโปรโมตสินค้า ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของภาพนิ่ง และวิดีโอ จะมีการออกแบบโปรโมชันการขาย ไม่ว่าจะเป็น โปรโมชัน ลด 10% จากรวีสินค้าที่เคยทาน ลด 10% จากการกลับมาซื้อซ้ำ

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรภูวียง

ออนไลน์ : U2T BCG ตำบลบาไร่

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บาไร่ อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สัมแบกแช่เย็น

รายละเอียด : สัมแบกแช่เย็นเพื่อสุขภาพ รสชาติเปรี้ยวอมหวาน อร่อย ได้ประโยชน์ เพราะ สัมแบก มีประโยชน์ในการลดไขมัน ลดคอเลสเตอรอล ป้องกัน และรักษาความดันโลหิต โรคเบาหวาน และโรคอ้วน เพื่อให้การบริโภคง่ายขึ้น จึงนำสัมแบกมาแปรรูปให้อยู่ในรูปแบบของการแช่เย็นและสูตรการปรุง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Remanufacture (การผลิตใหม่)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ Social Media

สร้างคอนเทนต์ในการโฆษณาสินค้า

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

เนื่องด้วยสัมแบก เป็นผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่ที่มีจำนวนมากในฤดูกาลของผลผลิต นั้น ทำให้ชาวบ้านในพื้นที่ไม่มีการนำใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย นอกจากจะแปรรูปด้วยการตากแห้ง เพื่อนำมาใช้ในการปรุงอาหาร ทางทีม U2T จึงเห็นถึงกระบวนการแปรรูปสัมแบก แช่เย็น เพื่อเป็นการนำผลผลิตเหล่านั้นมาแปรรูปและก่อให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้น ด้วยการจัดทำเป็นสัมแบกแช่เย็นในรูปแบบแผนธุรกิจ ตามโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) จะทำการวิเคราะห์ด้วยแผนธุรกิจ 9 ช่อง (Business Model Canvas) ใช้รวบรวมข้อมูลสำคัญ นำมาวิเคราะห์ วางแผน และประเมินความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ และจะทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทั้งนี้

เนื่องจากการเป็นผลิตภัณฑ์ทางทีม U2T จึงคิดว่าจะมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ ความทันสมัย ให้ความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะได้ต่อยอดด้วยการเพิ่มช่องทางการขายทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เพจ Facebook Line@ และ Tiktok life

ดังนั้นแล้ว ทีมงานรับผิดชอบโครงการ U2T ประจำตำบลบาไร่ มีความสนใจที่จะ พัฒนาและยกระดับแปรรูปผลิตภัณฑ์สัมแบก บรรจุภัณฑ์ และการขายสุดลาตออนไลน์ เพื่อ เป็นอาชีพและสร้างรายได้ให้คนในตำบลบาไร่ อีกทั้งยังเป็นการใช้ผลผลิตทางการเกษตรที่มีในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์ได้มากที่สุด ก่อให้เกิดวัตถุดิบในพื้นที่ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรู๊ว

ออนไลน์ : U2T BCG ตำบลบาไร่

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ปะแต อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ไข่เค็มใบเตยออแกนิก

รายละเอียด : เป็นการนำไข่เป็ดมาแปรรูปเป็นไข่เค็มใบเตยออแกนิกซึ่งทั้งไข่และใบเตยเป็นผลผลิตที่ได้จากไร่ “สลามฟาร์ม (ออแกนิก)” เป็นการถนอมอาหารและเป็นสินค้าใหม่ยังไม่มีในพื้นที่ ใบเตยนอกจากมีกลิ่นหอมแล้วยังมีสรรพคุณช่วยลดระดับน้ำตาลในเลือดและช่วยบำรุงหัวใจ

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การนำพลังงานสะอาดมาใช้ในฟาร์มทำให้มีปริมาณไข่เป็ดเพิ่มสูงขึ้น ไม่น้อยกว่า 70%

การนำเครื่องสับอาหารมาใช้ในฟาร์มช่วยลดต้นทุนด้านอาหารสำหรับเป็ด

การนำเครื่องปั่นแห้งมาใช้ในการบดใบเตยช่วยเพิ่มประสิทธิภาพงาน และส่งผลต่อผลผลิตที่ได้ต่อวันสูงขึ้น

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ไข่เค็มใบเตยออแกนิก นอกจากจะเป็นการถนอมอาหารให้สามารถเก็บไว้รับประทานได้นานอย่างน้อย 6 เดือนแล้ว สิ่งสำคัญที่ลูกค้าจะได้รับประโยชน์จากไข่เค็มใบเตยยังมีอีกมากมาย ดังต่อไปนี้

- 1.ไข่เป็ดจะอุดมไปด้วยโปรตีนและแร่ธาตุ โดยเฉพาะธาตุเหล็กสูง จึงช่วยสร้างการเจริญเติบโตของร่างกาย บำรุงสมอง เสริมภูมิคุ้มกัน รักษากาเวโลหิตจาง ช่วยให้มีผิวพรรณสดใส และลดอาการอ่อนเพลียของร่างกายได้อีกด้วย
- 2.ใบเตยนอกจากจะให้กลิ่นที่หอมซึ่งจะช่วยให้ร่างกายได้ผ่อนคลายแล้วยังช่วยบำรุงหัวใจให้ชุ่มชื้น และสามารถลดระดับน้ำตาลในเลือด ช่วยขับปัสสาวะลดกรดในกระเพาะอาหารได้เป็นอย่างดี
- 3.เกลืออุดมไปด้วยแร่ธาตุไอโอดีนซึ่งมีช่วยป้องกันการขาดสารไอโอดีน และช่วยควบคุมสมดุลร่างกาย ลดความเสี่ยงในการเป็นโรคเบาหวานและช่วยให้หัวใจซึ่งเป็นอวัยวะที่สำคัญของคนเรานั้นสุขภาพดีอีกด้วย

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 9,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าของชุมชนและเขตตัวเมือง

ออนไลน์ : สลามฟาร์มออแกนิก

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ปะแต อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : แผงโซลาร์เซลล์ในฟาร์มเปิดบาริ

รายละเอียด : ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในฟาร์มเปิดบาริ

05 : แผนธุรกิจ

ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มและเปิดเช็ดจากไร่ “สลามฟาร์ม (ออแกนิก)” จะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ปลอดสารพิษและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยวิธีการเลี้ยงที่คำนึงสุขภาพอนามัยของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำสำหรับประโยชน์ของแผงโซลาร์เซลล์ มีดังต่อไปนี้

- 1.การนำแผงโซลาร์เซลล์มาใช้จะช่วยประหยัดพลังงานและไม่ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ
- 2.เป็นการลงทุนระยะยาวช่วย ประหยัดค่าใช้จ่าย
- 3.สามารถใช้จากระบบโซลาร์เซลล์ได้อย่างยั่งยืนเพราะรับพลังงานจากแสงอาทิตย์โดยตรง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Remanufacture (การผลิตใหม่)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

นวัตกรรมการเลี้ยงเปิดด้วยพลังงานแสงอาทิตย์สร้างผลผลิตที่แตกต่างจากคู่แข่ง

การนำแผงโซลาร์เซลล์มาใช้ในฟาร์มเปิด

ใช้เทคโนโลยีในการกักเก็บพลังงานที่ได้รับจากแผงโซลาร์เซลล์

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านเครื่องใช้ไฟฟ้า

ออนไลน์ : สลามฟาร์ม (ออแกนิก)

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





สถาบันวิทยาลัยชุมชน

ต.ยะหา อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี
5 คน

ประชาชน
5 คน

อาจารย์
8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : หน้อดริปลูกประคบนุไฟรและลูกประคบนุไฟร

รายละเอียด : หน้อดริปลูกเป็นหน้ที่ใช้ในการนึ่งลูกประคบนุไฟร เพื่อรักษาอุณหภูมิของลูกประคบนุไฟรให้คงความร้อนได้นานมากขึ้น และในส่วนลูกประคบนุไฟร สรรพคุณบรรเทาอาการปวดเมื่อย กล้ามเนื้อ แก่ฟกช้ำ แก่เคล็ดขัดยอก โดยผลิตจากสมุนไพรหลากหลายชนิด

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Reuse (การใช้ซ้ำ)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ผลิตหน้ที่ใช้ในการนึ่งลูกประคบนุไฟร

ปรับปรุงสูตรลูกประคบนุไฟรโดยใช้ใบขี้เหล็ก

2. นำเทคโนโลยีมาใช้ในการจำหน่ายด้วยระบบแพลตฟอร์มออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน

รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

Business Model Canvas ประกอบด้วย ดังนี้

1. Key Partners (คู่ค้า หรือ แหล่งวัตถุดิบสำคัญ)

1.1 ศูนย์การเรียนรู้ พิพิธภัณฑ์

1.2 สวนสมุนไพร ตำบลยะหา

2. Key Activities (กิจกรรมสำคัญ)

กระบวนการผลิต เริ่มจากการปลูกสมุนไพรจากแปลงที่ได้มาตรฐานปลอดสารพิษ ไปสู่การเก็บเกี่ยว การคัดสรร การตาก และการแปรรูปกะลามะพร้าวเป็นหน้อดริปลูกประคบนุไฟร รวมทั้งการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งระหว่างกระบวนการเหล่านี้จะทำการเก็บข้อมูล เพื่อนำมาสร้างแรงจูงใจ (Content) ในการโปรโมท และจัดจำหน่ายสินค้า

3. Key Resources (ทรัพยากรหลัก)

ทรัพยากรหลัก คือ แปรรูปกะลามะพร้าว สูตรการทำลูกประคบนุไฟร วัตถุดิบสมุนไพร ปลอดสารพิษ และแรงงานที่ใช้ในการผลิต โดยเป็นแรงงานและสมาชิกในชุมชน

4. Value Propositions (คุณค่าที่ส่งมอบ)

การรักษาอุณหภูมิของลูกประคบนุไฟรให้คงความร้อน ช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ แก่ฟกช้ำ แก่เคล็ดขัดยอก และยังช่วยผ่อนคลาย รวมทั้งปลอดภัยมีพิษและผลข้างเคียงน้อยเมื่อใช้ถูกวิธี

5. Customer Relationships (การสร้างความสัมพันธ์)

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : U2TYAHA

ออนไลน์ : U2TYAHA

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน





สถาบันวิทยาลัยชุมชน

ต.ยะหา อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : น้ำมันขวดสมุนไพรเพื่อสุขภาพและเต้าหู้ลานวดเท้าเพื่อสุขภาพ
รายละเอียด : บรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ แก้อาการปวดข้อและลดอาการอักเสบที่เกิดจากอาการปวดเส้นเอ็นและฝ่าเท้า (รองช้ำ) โดยใช้การเหยียบนวด

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
Upcycle (การรีไซเคิลแบบที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาระบบธุรกิจ
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

- ปรับปรุงสูตรน้ำมันขวดสมุนไพรด้วยน้ำมันมะพร้าวสกัดร้อนสูตรเย็น
- ปรับปรุงรูปแบบเต้าหู้ลานวดเท้าแบบเดียว
- การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการขายด้วยระบบแพลตฟอร์ม Online

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

Business Model Canvas ประกอบด้วย ดังนี้
1. Key Partners (คู่ค้า หรือ แหล่งวัตถุดิบสำคัญ)
1.1 ศูนย์การเรียนรู้ พี่มิกซ์
1.2 สวนสมุนไพร ตำบลยะหา
2. Key Activities (กิจกรรมสำคัญ)
กระบวนการผลิต เริ่มจากการปลูกสมุนไพรจากแปลงที่ได้มาตรฐานปลอดสารพิษ ไปสู่การเก็บเกี่ยว การคัดสรร การตาก และการแปรรูปกะละมังเป็นเต้าหู้ลานวดเท้าเพื่อสุขภาพ การผลิตและบรรจุภัณฑ์ ซึ่งระหว่างกระบวนการเหล่านี้จะทำการเก็บข้อมูล เพื่อนำมาสร้างแรงจูงใจ (Content) ในการโปรโมท และจัดจำหน่ายสินค้า
3. Key Resources (ทรัพยากรหลัก)
ทรัพยากรหลัก คือ แปรรูปกะละมังพร้าว สูตรน้ำมันขวดสมุนไพร วัตถุดิบสมุนไพรปลอดสารพิษ และแรงงานที่ใช้ในการผลิต โดยเป็นแรงงานและสมาชิกในชุมชน
4. Value Propositions (คุณค่าที่ส่งมอบ)
การใช้ น้ำมันขวดสมุนไพรควบคู่กับเต้าหู้ลานวดเท้า เพื่อบรรเทาอาการปวดเส้นเอ็น (รองช้ำ) ช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ แก้อาการปวดข้อ และช่วยลดอาการอักเสบ และช่วยผ่อนคลาย รวมทั้งปลอดภัยมีพิษและผลข้างเคียงน้อยเมื่อใช้ถูกวิธี
5. Customer Relationships (การสร้างความสัมพันธ์)

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : U2TYAHA
ออนไลน์ : U2TYAHA
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ละแอ อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : กล้วยหินฉาบ By ป้าผิว

รายละเอียด : กล้วยหินฉาบเป็นกล้วยที่สามารถเก็บไว้ได้นาน 7 – 8 วัน โดยไม่เน่าเสีย และยังสามารถนำมาทอดหรือนำมาเชื่อม ฉาบ กล้วยหินฉาบ By ป้าผิว เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีรสชาติกรอบอร่อยกว่ากล้วย อื่น ๆ และมีประโยชน์

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

คอมพิวเตอร์

บรรจุภัณฑ์กล้วยหินฉาบ

เครื่องหมาย(โลโก้)ผลิตภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยหินฉาบแต่ยังขาดบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูป ดังนั้นทางกลุ่มจึงเข้ามาสนับสนุนในเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์กล้วยหินฉาบมีความโดดเด่นและน่าสนใจต่อผู้บริโภค รวมทั้งเมื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์แล้วทางทีมได้วางแผนนำผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยหินฉาบเข้าสู่ตลาดออนไลน์และออฟไลน์

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านละแอ

ออนไลน์ : สินค้าOTOP บ้านเจาะตีเมาะ by ป้าผิว

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ละแอ อ.ยะหา จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การตลาดออนไลน์ ตำบลละแอ

รายละเอียด : ผลิตภัณฑ์ป่าพร้าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลละแอที่รวมตัวทำอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีทั้งหมด 13 ผลิตภัณฑ์

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

คอมพิวเตอร์

ซอฟต์แวร์ (โปรแกรมออกแบบ)

โทรศัพท์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มที่แปรรูปผลผลิตทางการเกษตรโดยการทางกลุ่มยังขาดในเรื่องของการตลาดออนไลน์ ซึ่งทางทีมมีแนวคิดการทำธุรกิจแพลตฟอร์มออนไลน์สินค้า Social Enterprise เพื่อนำเสนอสินค้า ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจได้เลือกซื้อเลือกชมสินค้าได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มช่องทางให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการ Social Enterprise ดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : วิสาหกิจชุมชนบ้านละแอ

ออนไลน์ : สินค้า OTOP บ้านเจาะเตี๊มา: ต.ละแอ by ป้าพร้าว

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65009437 : การพัฒนาแบรนด์และยกระดับกล้วยฉาบของชุมชนตำบลกอดตือริ้สู่ตลาดออนไลน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.กอดตือริ้ อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ป๊อกรอบ

รายละเอียด : กล้วยฉาบเคลือบด้วยรสชาติต่าง ๆ คือ น้ำตาล เกลือ และปาปrika บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

05 : แผนธุรกิจ

<https://drive.google.com/file/d/1S52lnzIX57PKf1tY1p1RAQNWrpxB9yw/view?usp=sharing>
(กวดคิดลอกและวาง ลิงค์แผนธุรกิจ)

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างรายได้ให้ชุมชน
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 0

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : หน้าร้าน

ออนไลน์ : Kototera shop :

<https://www.facebook.com/search/top?q=kototera%20shop>

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
social media
พัฒนา Packaging design

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65010613 : การพัฒนาแบรนด์และยกระดับกล้วยจากของชุมชนตำบลกุดดอเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.กอดดอ ต.อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การตลาดออนไลน์

รายละเอียด : เพิ่มช่องทางการตลาดทางและการขายแบบ online ทางเพจ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม

05 : แผนธุรกิจ

<https://drive.google.com/file/d/1SS2lnzIX57PKf1tY1p1RAQNWrpxB9yw/view?usp=sharing>
(แนบไฟล์และวาง ลิงค์แผนธุรกิจ)

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

1. Page การตลาดออนไลน์
2. Social media
3. พัฒนา Packaging design

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 0

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ป้ายกวด

ออนไลน์ : Kototera shop :

<https://www.facebook.com/search/top?q=kototera%20shop>

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65012656 : การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ สารปรับปรุงดิน วัสดุปลูก ดินปลูก พักสวนครัวและกล้าไม้ในกระถาง

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.กายูบอเกาะ อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผลิตภัณฑ์ ปุ๋ยอินทรีย์ สารปรับปรุงดิน วัสดุปลูก ดินปลูก พักสวนครัวและกล้าไม้ในกระถาง

รายละเอียด : ปุ๋ยอินทรีย์ สารปรับปรุงดิน วัสดุปลูก ดินปลูก ผลิตจากมูลสัตว์ชนิดต่างๆ ผสมใบไม้หรือวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรหรือจากครัวเรือน และพักสวนครัวและกล้าไม้ในกระถาง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Recycle (การแปรรูป)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่า
กระบวนการหมักสารอินทรีย์แบบใช้อากาศ (Composting)
รักษาสิ่งแวดล้อมจากการไม่ใช้สารเคมีในการหมัก

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ทางกลุ่ม U2T ตำบลกายูบอเกาะ มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่มีอยู่ในชุมชน โดยนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ ได้แก่ ปุ๋ยอินทรีย์ สารปรับปรุงดิน วัสดุปลูก ดินปลูก พักสวนครัวและกล้าไม้ในกระถาง เพื่อสามารถที่จะนำมาใช้ประโยชน์ภายในครัวเรือนหรือจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มและเป็นต้นแบบให้แก่ชุมชน โดยทางกลุ่มมีแผนธุรกิจที่จะศึกษา โอกาสทางธุรกิจ วิเคราะห์การตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบจากความเสี่ยงที่มีต่อผลตอบแทนและความเป็นไปได้ของธุรกิจ ตลอดจนการบริหารจัดการให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมาย ของกลุ่มที่กำหนดไว้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 8,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้าน กายูบอเกาะ Organic Life

ออนไลน์ : U2T for BCG ตำบลกายูบอเกาะ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปหลัง





PS65017173 : การพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสำหรับปุ๋ยอินทรีย์ สารปรับปรุงดิน วัสดุปลูก ดินปลูก ผักสวนครัวและกล้าไม้ในกระถาง

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.กาญจนาภิเษก อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผลิตภัณฑ์ ปุ๋ยอินทรีย์ สารปรับปรุงดิน วัสดุปลูก ดินปลูก ผักสวนครัวและกล้าไม้ในกระถาง

รายละเอียด : ปุ๋ยอินทรีย์ สารปรับปรุงดิน วัสดุปลูก ดินปลูก ผลิตจากมูลสัตว์ชนิดต่างๆ ผสมใบไม้หรือวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรหรือจากครัวเรือน และผักสวนครัวและกล้าไม้ในกระถาง

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การทำสื่อภาพเคลื่อนไหว
การตลาดออนไลน์
การทำภาพโปรโมทผลิตภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ทางกลุ่ม U2T ตำบลกาญจนาภิเษก มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่จะเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่มีอยู่ในชุมชน โดยนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ ได้แก่ ปุ๋ยอินทรีย์ สารปรับปรุงดิน วัสดุปลูก ดินปลูก ผักสวนครัวและกล้าไม้ในกระถาง เพื่อสามารถที่จะนำมาใช้ประโยชน์ภายในครัวเรือนหรือจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มและเป็นต้นแบบให้แก่ชุมชน โดยทางกลุ่มมีแผนธุรกิจที่จะศึกษา โอกาสทางธุรกิจ วิเคราะห์การตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงวิเคราะห์ความเสี่ยงและผลกระทบจากความเสี่ยงที่มีต่อผลตอบแทนและความเป็นไปได้ของธุรกิจ ตลอดจนการบริหารจัดการให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมาย ของกลุ่มที่กำหนดไว้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 8,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กาญจนาภิเษก Organic Life

ออนไลน์ : U2T for BCG ตำบลกาญจนาภิเษก

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ต.กาลอ อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 6 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ถอดอย ทะเลแม่ (ช้างเผือก)

รายละเอียด : ถอดอย ทะเลแม่ (ช้างเผือก) หอม หวาน ละมุน ทานแล้วติดใจ ราคาเริ่มต้น 75-300 บาท โดยมีรายละเอียดดังนี้. ขนาด 250 กรัม ราคา 75 บาท 2. ขนาด 500 กรัม ราคา 150 บาท 3. ขนาด 1000 กรัม ราคา 300 บาท

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้มีความทันสมัยและเป็นที่น่าสนใจเพื่อการจัดจำหน่าย

เพิ่มมูลค่าให้สินค้าผ่านบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

นำสินค้าจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เช่นเฟสบุ๊ค เป็นต้น

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

Customer Segment - กลุ่มลูกค้าเป็นบุคคลทั่วไปทั้งในและนอกชุมชน ไม่จำกัดเพศและอายุ เพราะเป็นขนมที่สามารถทานได้ทุกเพศทุกวัย

Customer Relationships 1. มีการติดตามความต้องการและผลตอบรับของลูกค้าในสินค้า ทางด้านรสชาติและปริมาณ และนำผลการติดตามมาพัฒนาและต่อยอดสินค้าในการจัดจำหน่ายในครั้งต่อไป

2. มีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้กับลูกค้า เช่น ส่วนลดสินค้า ค่าขนส่ง และโปรโมชั่นต่าง ๆ ในช่วงเทศกาล

Channels - จำหน่ายผ่าน Facebook page U2T ตำบลกาลอ เมืองช้างเผือก ผ่านร้านค้าในชุมชน และงานจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ

Value Propositions - สิ่งที่คุณค่าจะได้รับ คือ สินค้าเอกลักษณ์ท้องถิ่น อายุการเก็บรักษาได้ยาวนาน และเป็นของฝาก

Key Activities 1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านบรรจุภัณฑ์ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. จัดทำช่องทางติดต่อ ทาง Social media เช่น Facebook page U2T ตำบลกาลอ เมืองช้างเผือก

3. มีการโปรโมทการตลาดโดยการทำคอนเทนต์ในรูปแบบวิดีโอ

Key Resources - ทรัพยากรในการผลิตประกอบไปด้วย สูตรการทำทะเลแม่ วัตถุดิบและแรงงานในการผลิตทะเลแม่ โดยสมาชิกในชุมชน การตลาดและการจัดจำหน่าย

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 30,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ :

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ต.กาลอ อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 6 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สะตอดองถิ่นช้างเผือก

รายละเอียด : สะตอดองถิ่นช้างเผือกเม็ดใหญ่ กรอบ เค็ม เปรี้ยว หวาน กำลังพอดี เหมาะสำหรับผู้รักสุขภาพ ที่มีราคาเริ่มขึ้นที่ 75 บาท ถึง 295 บาท

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

การขนส่งและกระจายสินค้า

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริม

การหาแหล่งตลาดผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

Customer Segment – กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ภาคใต้และอาศัยอยู่ในชุมชนไม่จำกัดเพศโดยมีอายุที่ 20 ปีขึ้นไป เพราะเป็นอาหารท้องถิ่นที่มีระยะเวลาในการเก็บที่ยาวนานมากขึ้น

Costomer Relationships – มีการติดตามสินค้าและผลตอบรับของผลิตภัณฑ์และกลุ่มลูกค้าที่ได้รับประทานแล้วมีความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์หรือไม่เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์และพัฒนาต่อไป

Channels – จัดจำหน่ายผ่าน Facebook Page U2T ตำบลกาลอ-เมืองช้างเผือกร้านค้าในชุมชนตำบลกาลอและร้านในชุมชนตำบลช้างเคียง

Value Propositions – คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับสามารถเก็บถนอมอาหารที่มีระยะเวลาในการเก็บที่ยาวนาน

Key Activities – กระบวนการผลิตเริ่มจากการหาแหล่งที่มาของสะตอที่มีอยู่ในชุมชนไปสู่กระบวนการแปรรูปการถนอมอาหาร การคัดสรร การต้ม การดอง การผลิตและการบรรจุ

ภัณฑ์ซึ่งระหว่างกระบวนการเหล่านี้จะทำการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาสร้าง content ในการโปรโมทและจำหน่ายสินค้า

Key Partners – ทรัพยากรในการผลิตประกอบไปด้วย สูตรในการผลิตสะตอดอง วัตถุดิบที่มาจากชุมชนปลอดสารพิษ แรงงานที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นแรงงานและสมาชิกในชุมชนการตลาดและการจำหน่ายสินค้า

Cost Structure – ในส่วนของผู้เกี่ยวข้องและให้การสนับสนุนในธุรกิจจะมีองค์การบริหารส่วน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 30,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ :

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ทาลูบิง อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : กระเป๋าและสื่อจากเตยหนาม

รายละเอียด : กระเป๋าและสื่อจากเตยหนามเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบเตยหนามในพื้นที่ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ทดแทนการใช้กระดาษพลาสติก

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบลายการจักสานกระเป๋าสื่อและสื่อ
การออกแบบผลิตภัณฑ์
การผลิตเส้นเตยหนามที่มีคุณภาพ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

จัดทำนายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกลุ่ม 2 ช่องทาง คือ รูปแบบออนไลน์ผ่านช่องทางเพจกระเป๋าสื่อเตยหนาม กลุ่มแม่บ้านทาลูบิง และ facebook ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน และการจำหน่ายรูปแบบออฟไลน์ผ่านร้านค้าชุมชน โดยมีกลุ่มลูกค้าในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าวัยทำงานและผู้ใหญ่

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กะยู

ออนไลน์ : กระเป๋าสื่อเตยหนาม กลุ่มแม่บ้านทาลูบิง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.กาลูปัง อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การตลาดออฟไลน์และออนไลน์

รายละเอียด : อบรมให้ความรู้กับกลุ่มแม่บ้านโดยวิทยากรที่มีความรู้และประสบการณ์ทางการตลาด เพื่อพัฒนาศักยภาพในการสร้างช่องทางการขายให้สามารถเกิดรายได้แก่กลุ่มแม่บ้าน คือ การจัดจำหน่ายผ่านร้านค้า และการขายแบบออนไลน์ผ่าน Page และ Facebook

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การกำหนดราคาสินค้า

การสร้างเพจการขายแบบออนไลน์

การถ่ายภาพเพื่อนำเสนอสินค้า

05 : แผนธุรกิจ

1. ผลิตผลิตภัณฑ์จากเตยหนามที่มีคุณภาพ
2. จัดจำหน่ายสินค้าออนไลน์และออฟไลน์
3. จัดแสดงสินค้าในงานต่างๆ
3. จัดโปรโมชั่นสินค้า
4. จัดโปรโมชั่น

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กระจู

ออนไลน์ : กระเป๋าสานเตยหนาม กลุ่มแม่บ้านกาลูปัง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65011867 : พัฒนาตลาดขายผ้าบาติกด้วยสื่อย่อมธรรมชาติและส่งเสริมการตลาดออนไลน์ของกลุ่มเยาวชน
ผ้าบาติกเกาะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.เกาะรอ อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : พัฒนาตลาดขายผ้าบาติกด้วยสื่อย่อมธรรมชาติ
รายละเอียด : ผ้าบาติกที่ผลิตจากสื่อย่อมธรรมชาติแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนาตลาดขายมีความเป็นเอกลักษณ์ ควบคุมการออกแบบและการลงสีที่มีคุณภาพ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้ซ้ำและย่อยสลายได้

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

1.พัฒนาตลาดขายผ้าบาติกให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นสินค้าใหม่เพิ่มรายได้ให้กลุ่มผ้าบาติกเกาะ
2.พัฒนาการย้อมผ้าบาติกด้วยสื่อย่อมธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต เป็นการลดปัญหาการปนเปื้อนสารพิษในสิ่งแวดล้อมและเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

พัฒนาตลาดขายผ้าบาติกด้วยสื่อย่อมธรรมชาติของกลุ่มเยาวชนผ้าบาติกเกาะ โดยเน้นกลุ่มลูกค้า เพศหญิง วัยรุ่น-วัยทำงาน อายุระหว่าง 15-55 ปี กลุ่มลูกค้าช่องทางออนไลน์และกลุ่มลูกค้าสำหรับจัดหาของที่ระลึก ซึ่งส่งเสริมการใช้สื่อย่อมจากธรรมชาติ และลดลายที่เป็นเอกลักษณ์ จำหน่ายร้านค้าชุมชน ออกบูธงานแสดงสินค้าต่าง ๆ และโซเชียลมีเดีย : เพจ Facebook , Instagram เป็นต้น สำหรับจุดเด่นของการบริการบริการ คือ ออกแบบลดลายตามความต้องการของลูกค้า เน้นการบริการที่ดีของพนักงานมีความเป็นกันเอง ชนส่งที่รวดเร็ว รับประกันสินค้า มีการจัดโปรโมชั่น โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้ซ้ำและย่อยสลายได้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มเยาวชนทำผ้าบาติก
ออนไลน์ : บาติก เกาะ (รับผลิตผ้าบาติกจากธรรมชาติ)
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง

C-02 แผนธุรกิจ พัฒนาตลาดขายผ้าบาติกด้วยสื่อย่อมธรรมชาติ				
Key Partners - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - หน่วยงานที่สนับสนุน - หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	Key Activities - การออกแบบผลิตภัณฑ์ - การผลิตสินค้า - การตลาด - การบริการลูกค้า - การจัดส่งสินค้า	Value Propositions - สินค้าที่มีคุณภาพ - ราคาที่คุ้มค่า - บริการที่รวดเร็ว	Customer Relationships - การบริการลูกค้า - การจัดส่งสินค้า - การบริการลูกค้า - การจัดส่งสินค้า	Customer Segments - กลุ่มลูกค้า - กลุ่มลูกค้า - กลุ่มลูกค้า
Cost Structure - ค่าใช้จ่ายในการผลิต - ค่าใช้จ่ายในการตลาด - ค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง	Key Resources - ทุนในการผลิต - ทุนในการตลาด - ทุนในการจัดส่ง	Revenue Streams - รายได้จากการขาย - รายได้จากการบริการ - รายได้จากการจัดส่ง	Channels - ช่องทางการขาย - ช่องทางการบริการ - ช่องทางการจัดส่ง	



PS65015505 : พัฒนาลวดลายผ้าบาติกด้วยสีธรรมชาติและส่งเสริมการตลาดออนไลน์ของกลุ่มเยาวชน
ชนเผ่าบาติกเกรอ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.เกรอ อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ตลาดออนไลน์กลุ่มเยาวชนชนเผ่าบาติกเกรอ
รายละเอียด : การสร้างการรับรู้ของสินค้าผ้าบาติกด้วยช่องทางออนไลน์ เช่น เพจ Facebook Instagram เป็นต้น โดยจำหน่ายผ้าบาติกขนาดเริ่มต้น 1 หลา สำหรับกลุ่มลูกค้าต่าง ๆ และใช้ถุงบรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้ซ้ำและย่อยสลายได้. จำหน่ายในรูปแบบการขนส่งทุกช่องทาง2. จำหน่ายหน้าร้านค้าชุมชน3. ออกบูธงานแสดงสินค้าต่าง ๆ

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การบริการหลังการขายให้เกิดความประทับใจและเกิดการซื้อซ้ำ
พัฒนาสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์สินค้า
การส่งเสริมและการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกเกรอ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง

05 : แผนธุรกิจ

พัฒนาลวดลายผ้าบาติกด้วยสีธรรมชาติของกลุ่มเยาวชนชนเผ่าบาติกเกรอ โดยเน้นกลุ่มลูกค้า เพศหญิง วัยรุ่น-วัยทำงาน อายุระหว่าง 15-55 ปี กลุ่มลูกค้าช่องทางออนไลน์และกลุ่มลูกค้าสำหรับจัดหาของที่ระลึก ซึ่งส่งเสริมการใช้สีธรรมชาติจากธรรมชาติ และลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ จำหน่ายร้านค้าชุมชน ออกบูธงานแสดงสินค้าต่าง ๆ และโซเชียลมีเดีย : เพจ Facebook , Instagram เป็นต้น สำหรับจุดเด่นของการบริการบริการ คือ ออกแบบลวดลายตามความต้องการของลูกค้า เน้นการบริการที่ดีของพนักงานมีความเป็นกันเอง ขนส่งที่รวดเร็ว รับประกันสินค้า มีการจัดโปรโมชั่น โดยใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถใช้ซ้ำและย่อยสลายได้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มเยาวชนทำผ้าบาติก
ออนไลน์ : บาติก เกรอ (รับผลิตผ้าบาติกจากสีธรรมชาติ)
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

แผนธุรกิจ ตลาดออนไลน์กลุ่มเยาวชนชนเผ่าบาติกเกรอ				
Key Partners - เจ้าของพื้นที่ - ชุมชนบาติกเกรอ - ร้านค้าชุมชน	Key Activities - การออกแบบสินค้า - การตลาดออนไลน์ - การบริการลูกค้า - การจัดส่งสินค้า	Value Propositions - สินค้าที่มีคุณภาพ - ราคาที่คุ้มค่า - บริการที่รวดเร็ว	Customer Relationships - การบริการลูกค้า - การจัดส่งสินค้า - การบริการลูกค้า	Customer Segments - กลุ่มลูกค้า - กลุ่มลูกค้า - กลุ่มลูกค้า
Cost Structure - ค่าเช่าพื้นที่ - ค่าขนส่ง - ค่าการตลาด	Key Resources - อุปกรณ์ - วัสดุ - วัสดุ - วัสดุ	Revenue Streams - รายได้จากการขาย - รายได้จากการขาย - รายได้จากการขาย	Channels - ร้านค้าชุมชน - ร้านค้าชุมชน - ร้านค้าชุมชน	



สถาบันวิทยาลัยชุมชน
ต.โคตาบารู อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 7 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สบู่พู่

รายละเอียด : สบู่จากสารสกัดจากใบพู่ แก้อาการผื่นคัน ยับยั้งแบคทีเรีย และระงับกลิ่นกาย

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
เทคโนโลยีพัฒนาคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

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

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

สารสกัดจากใบพู่
การพัฒนาคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร
-

05 : แผนธุรกิจ

สินค้า : สบู่สกัดจากใบพู่
รายละเอียดสินค้า : ใบพู่ เป็นพืชเศรษฐกิจที่ปลูกเป็นจำนวนมากในชุมชนโคตาบารู นิยมบริโภคและนำมาใช้ในชีวิตประจำวันรวมถึงการนำมาใช้เป็นสมุนไพรและยารักษาโรค
เป้าหมายทางธุรกิจ
เป้าหมายระยะสั้น พัฒนารายได้และกำไรให้เป็นที่รู้จักในพื้นที่จังหวัดยะลา
เป้าหมายระยะกลาง ขยายการตลาดทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์
เป้าหมายระยะยาว ผลิตสินค้าเป็นที่รู้จักและจัดจำหน่ายในทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ
เดิมวิทยาลัยชุมชนยะลาเข้ามาสนับสนุนกลุ่มบุหงาโกตาที่ว่างจากการทำงานหลัก มาทำอาชีพเสริม เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชน โดยวางช่องทางที่จะขยายแหล่งจำหน่ายสินค้าไปตามแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงภายในจังหวัดยะลา และจังหวัดใกล้เคียง มีการเพิ่มเครื่องจักรในการผลิต เพื่อที่จะให้สินค้าผลิตออกมาเพียงพอต่อความต้องการมากขึ้น และในอนาคตมีแผนดำเนินการพัฒนาและศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากใบพู่ให้หลากหลายมากขึ้น

แผนการตลาด

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน
สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ศูนย์การเรียนรู้บุหงาโกตา
ออนไลน์ : Bungasireh KOTA
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





สถาบันวิทยาลัยชุมชน
ต.โคตาบารู อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 7 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ครีมพลู

รายละเอียด : ครีมพลู เป็นสารสกัดจากใบพลู ใช้ทาบนผิวหนังเพื่อลดอาการคัน ยับยั้งเชื้อแบคทีเรีย แก้กลากเกลื้อน สมพิษ

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ
เทคโนโลยีพัฒนาคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาระบบธุรกิจ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

สารสกัดจากใบพลู
การพัฒนาคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

สินค้า : ครีมสมุนไพรจากใบพลู
รายละเอียดสินค้า : ใบพลู เป็นพืชเศรษฐกิจที่ปลูกเป็นจำนวนมากในชุมชนโคตาบารู ซึ่งนิยมนำมาบริโภคและนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน รวมถึงการนำมาใช้เป็นสมุนไพรและยารักษาโรค
เป้าหมายทางธุรกิจ
เป้าหมายระยะสั้น ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักในพื้นที่จังหวัดยะลา
เป้าหมายระยะกลาง ขยายตลาดไปยังพื้นที่โดยรอบของจังหวัดยะลา(พื้นที่ใกล้เคียง)
เป้าหมายระยะยาว เป็นที่รู้จักและจัดจำหน่ายไปทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

แผนดำเนินการอื่นของธุรกิจ

ได้มหาวิทยาลัยชุมชนยะลาเข้ามาสนับสนุนกลุ่มบุหงาโกตาที่ว่างจากการทำงานหลัก มาทำอาชีพเสริม เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชน โดยวางช่องทางที่จะขยายแหล่งจำหน่ายสินค้าไปตามแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงภายในจังหวัดยะลา และจังหวัดใกล้เคียง มีการเพิ่มเครื่องจักรในการผลิต เพื่อที่จะให้สินค้าผลิตออกมาเพียงพอต่อความต้องการมากขึ้น และในอนาคตมีแผนดำเนินการพัฒนาและศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากใบพลูให้หลากหลายมากขึ้น

แผนการตลาด

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ศูนย์การเรียนรู้บุหงาโกตา

ออนไลน์ : Facebook “Bungasireh KOTA”

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





PS65004828 : โครงการ การพัฒนากลุ่มผู้เพาะเห็ดนางฟ้าอย่างมีคุณภาพและสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดในพื้นที่ตำบลจะกระ อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.จะกระ อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ข้าวเกรียบเห็ดทรงเครื่อง

รายละเอียด : "ข้าวเกรียบเห็ดทรงเครื่อง" มีลักษณะคือเป็นอาหารว่าง สำหรับทานเล่น ในรูปแบบขนมขบเคี้ยวทานเล่นจำพวก"สแน็ค" โดยมีรสชาติที่หลากหลาย เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารว่างที่มีคุณค่าทางโภชนาการรวมทั้งเป็นทางเลือกของผู้บริโภค

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เป็นข้าวเกรียบที่ไม่เคยมีในชุมชน

เป็นนวัตกรรมการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีรสชาติที่หลากหลาย ซึ่งต่างจากรสชาติแบบเดิม

ใช้การบรรจุแบบสุญญากาศเพื่อคงความกรอบของข้าวเกรียบเห็ด

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

KEY PARTNERS

- ประชาชนในพื้นที่
- ร้านขายของชำในชุมชน
- ร้านจำหน่ายอาหารสด

KEY ACTIVITIES

- การควบคุมการผลิต
- จัดหาช่องทางในการผลิตจำหน่ายสินค้าออนไลน์และออฟไลน์
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์
- พัฒนาปรับปรุงรสชาติที่หลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

PROPOSITION

- เห็ดนางฟ้าสดอินทรีย์ปลอดสารเคมี
- ความสดใหม่ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์

CUSTOMER RELATIONSHIP

- มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว
- ส่งเสริมการตลาดด้วยการจัดโปรโมชั่น
- มีแพ็คเกจที่สามารถเก็บรักษาสินค้าได้นาน
- ประชาชนทุกเพศทุกวัย

CUSTOMER SEGMENT:

- กลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการร้านขายของชำ และร้านค้าทั่วไปในชุมชน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : เห็ดนางฟ้าDelivery-จะกระ

ออนไลน์ : เห็ดนางฟ้าDelivery-จะกระ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





PS65004888 : โครงการ การพัฒนากลุ่มผู้เพาะเห็ดนางฟ้าอย่างมีคุณภาพและสร้างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดในพื้นที่ตำบลจะกระ อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.จะกระ อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : เห็ดนางฟ้าสดอินทรีย์

รายละเอียด : “เห็ดนางฟ้าสดอินทรีย์” เป็นดอกเห็ดนางฟ้าสด มีลักษณะสีขาวจนถึงสีน้ำตาลอ่อน หมวกดอกเนื้อแน่นสีคล้ำ ก้านดอกสีขาว ขนาดยาว เนื้อหนาลึบเนื้อสัตว์ มีการผลิตโดยไม่ใช้สารเคมีตั้งแต่ขั้นตอนการกำจัด การดูแลรักษา จนกระทั่งการจำหน่ายถึงมือผู้บริโภค

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

ผลิตภัณฑ์ผักและอาหารแปรรูป

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาดอกเห็ดนางฟ้าสดแบบอินทรีย์ เพื่อความมั่นใจต่อผู้บริโภค

การพัฒนาโรงเรือนเปิดดอกเห็ดที่สามารถควบคุมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการออกดอก

เห็ดนางฟ้า

สินค้าบรรจุภาชนะสุญญากาศเพื่อความสะดวก ใหม่ของเห็ด

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

KEY PARTNERS

- ประชาชนในพื้นที่
- ร้านขายของชำในชุมชน
- ร้านจำหน่ายอาหารสด

KEY ACTIVITIES

- การควบคุมการผลิต
- จัดหาช่องทางในการผลิตจำหน่ายสินค้าออนไลน์และออฟไลน์
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์

VALUE PROPOSITION

- เห็ดนางฟ้าสดอินทรีย์ปลอดสารเคมี
- มีการแนะนำการเก็บรักษาสินค้า
- ความสดใหม่ ความสะอาดของผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมช่องทางการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารต่างๆ

CUSTOMER RELATIONSHIP

- มีแพคเกจที่สามารถเก็บรักษาสินค้าได้นาน
- มีบริการขนส่งที่รวดเร็ว
- รับประกันสินค้า

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 13,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : เห็ดนางฟ้าDelivery-จะกระ

ออนไลน์ : เห็ดนางฟ้าDelivery-จะกระ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ตะไล้ะหะล อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผลิตภัณฑ์เห็ดนางฟ้าเชิงการค้า ตะไล้ะหะล

รายละเอียด : ผลิตภัณฑ์เห็ด ภายใตตราสินค้า ผลิตภัณฑ์เห็ดนางฟ้าตะไล้ะหะล

ผลิตภัณฑ์เห็ดที่เลือกเป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นในเรื่องความสดใหม่ ปลอดภัย ไม่มี
ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Upcycle (การรีไซเคิลแบบที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

1. สร้างช่องทางการรับรู้ผลผลิตเห็ดของทางกลุ่มด้วยช่องทางออนไลน์ เช่น Line Add Facebook และ Tik Tok เป็นต้น
2. มีเครื่องมือที่ทันสมัย
3. มีโรงเรือนอัจฉริยะ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์เห็ดนางฟ้า ในโรงเรือนเห็ดนางฟ้าตะไล้ะหะล จะเน้นการเพาะปลูกเห็ดเชิงการค้า
ที่มีความสะอาดและการควบคุมอุณหภูมิในโรงเรือนที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูกเห็ดจากก้อนเชื้อเห
ที่สามารถป้องกันกำจัดโรคและศัตรูเห็ด เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ปลอดภัยและสด
ใหม่ ตลอดจนการเพาะปลูกและจัดจำหน่าย

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 28,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : U2T ตะไล้ะหะล

ออนไลน์ : U2T ตะไล้ะหะล

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65014830 : การพัฒนาช่องทางการตลาดกลุ่มเห็ดตะโล๊ะหะลอ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ตะโล๊ะหะลอ อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผลิตภัณฑ์เห็ดนางฟ้าตะโล๊ะหะลอ
รายละเอียด : ผลิตภัณฑ์เห็ด ภายใต้อาณัติสินค้า ผลิตภัณฑ์เห็ดนางฟ้าตะโล๊ะหะลอ
ผลิตภัณฑ์เห็ดก่อนเชื่อว่าเป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นในเรื่องความสดใหม่ปลอดสารเคมี มี
ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์

05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์เห็ดนางฟ้าจากโรงเรือนเห็ดนางฟ้าตะโล๊ะหะลอ เป็นเห็ดนางฟ้าออร์แกนิก สดใหม่
และปลอดสารเคมี โดยใช้ระยะเวลาในการเพาะปลูกประมาณ 1 เดือน โดยผลิตภัณฑ์จะใช้
ใบตองและถุงย่อยสลายในการบรรจุผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเห็ดนางฟ้า
เป็นเป้าหมายหลักของกลุ่มคนรักสุขภาพ ต่อตนเองและสมาชิกในครอบครัว
ช่องทางการจัดจำหน่าย
โดยเลือกใช้ช่องทางการออนไลน์และออฟไลน์ในการจัดจำหน่าย ผ่านสื่อเพจ Facebook และรูป
แบบออฟไลน์ จำหน่ายหน้าฟาร์มและจัดส่งขายในตลาดบริเวณใกล้เคียง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่
Upcycle (การรีไซเคิลแบบที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

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

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

Tik Tok Line add Facebook

-
-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างงานสร้างอาชีพ
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 28,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : U2T ตะโล๊ะหะลอ
ออนไลน์ : U2T ตะโล๊ะหะลอ
ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ต.ท่าธง อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 6 คน
อาจารย์ 13 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : Hide and seek ท่าธง

รายละเอียด : เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติ วัฒนธรรม เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การประมงของคนที่นี่ การทำปลาสาม บนพื้นฐานความรู้ความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ

02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ธุรกิจการท่องเที่ยวออนไลน์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

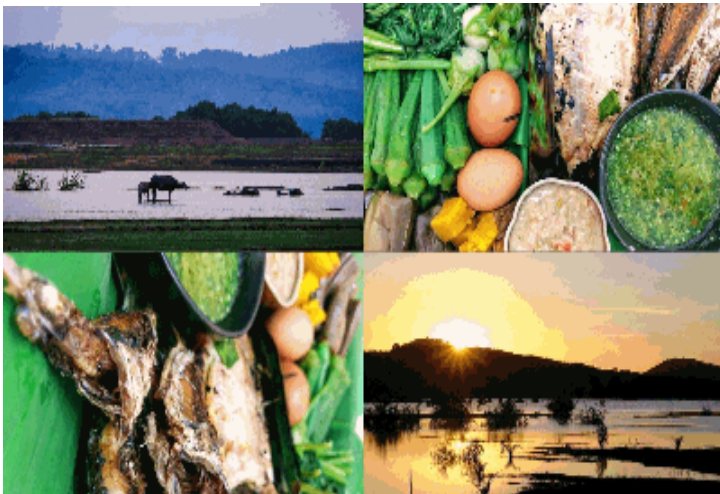
ถ่ายทอดวิถีชีวิตของชาวบ้านในพื้นที่

สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์หลากหลายรูปแบบ

แหล่งท่องเที่ยวมุ่งเน้นวัฒนธรรมชาวบ้าน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



05 : แผนธุรกิจ

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทุ่งเขียวท่าธงเป็นการท่องเที่ยวหมู่บ้านชนบทที่เน้นวิถีชีวิตคนพริ้ว โดยจัดกิจกรรม one day trip ล่องเรือวิถีประมงแบบปลอดขยะ กินอาหารแบบวิถีบ้านๆ (ชุดปลา) จัดอย่างกับน้ำพริกบนใบตอง) และเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น อุปกรณ์จับสัตว์เฉพาะถิ่น ชื่อกะ/ส้มปลา, ตาโง/ชะนาง เป็นต้น รวมทั้งการจัดจำหน่ายของฝากท้องถิ่นที่จัดการโดยคนในชุมชน เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ โดยรายได้ส่วนหนึ่งนำไปสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรในพื้นที่อีกด้วย

06 : ผลิตภัณฑ์/บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ :

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



PS65012857 : การทำอาหารหมัก TMR จากวัสดุเหลือใช้ในท้องถิ่น

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ต.ท่าธง อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 6 คน อาจารย์ 12 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : อาหาร ทีเอ็มอาร์ สำหรับปศุสัตว์

รายละเอียด : อาหารผสมเสร็จTMR เพื่อปศุสัตว์คือการนำอาหารขึ้น อาหารหยาบมาผสมกับยีสต์ โดยคำนวณให้มีโภชนาการต่าง ๆ ซึ่งทำให้โคได้รับสารอาหารที่ครบถ้วน เช่นโปรตีนสูง เป็นต้น การให้อาหารแบบนี้จะเป็นวิธีง่ายต่อการจัดการเวลาและแรงงาน อีกทั้งเพื่อลดต้นทุนแก่ผู้เลี้ยงโคอีกด้วย

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Remanufacture (การผลิตใหม่)

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีการหมักอาหารจากวัสดุเหลือใช้ด้วยจุลินทรีย์

ปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์อาหารสัตว์เพื่อการจำหน่าย

นำสินค้าไปจำหน่ายผ่าน Platform Online Facebook

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

อาหาร TMR สำหรับโคเนื้อ ที่ท่าธง รามัน เน้นการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นเช่น หญ้าเนเปียร์ กากปาล์ม น้ำมัน มาผ่านขั้นตอนกระบวนการหมัก โดยใช้ยีสต์เป็นตัวช่วยหมัก เพื่อเพิ่มคุณค่าทางอาหารให้กับสัตว์ อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการผลิตสัตว์ให้เกษตรกร ส่งผลให้เกิดผลตอบแทนในการเลี้ยงสัตว์ให้แก่เกษตรกรเพิ่มขึ้น นำมาซึ่งกำไรที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นการสร้างรายได้และเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชนให้ดีขึ้น

06 : ผลิตภัณฑ์/บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 0

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ :

ออนไลน์ :

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.เนินงาม อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : อามานะฮ์เครื่องเทศ Amanah

รายละเอียด : สินค้า 1 แพ็ค หอมเครื่องเทศแท้ ประกอบด้วย พงกะพริ (ข้าวหมกไก่ , แกงกะพริ) พงมาสาล่า (แกงมาสาล่า แกงกะพริแดง) และ พงมันมัน (แกงมันมันไก่หรือเนื้อ) ขนาด 40 กรัม x 3 ขวด

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนา Packaging Design

คุณภาพและมาตรฐานในการบรรจุผลิตภัณฑ์

แพลตฟอร์มออนไลน์ โดยใช้ Facebook Page

05 : แผนธุรกิจ

พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแกง สร้างเพจเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และเพิ่มช่องทางการขายสินค้าเป็นการสร้างรายได้ช่องทางหนึ่ง

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 120,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : เครื่องแกงอามานะฮ์

ออนไลน์ : ไม่มี

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





PS65012825 : การยกระดับการบริหารจัดการการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.เนินงาม อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : น้ำข้าวกล้อง

รายละเอียด : เป็นผลิตภัณฑ์น้ำข้าวกล้องเพื่อสุขภาพที่แปรรูปจากข้าวกล้อง 5 ธัญพืช : นมสด 100% และผลไม้สด

05 : แผนธุรกิจ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวกล้องเนินงาม เป็นกลุ่มที่ดำเนินการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำข้าวกล้อง เนื่องจากมองเห็นโอกาสธุรกิจอาหารประเภทเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มเป้าหมายหลักของทางกลุ่มฯ คือ ผู้บริโภคที่รักการดูแลสุขภาพ

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

เทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิตการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 8,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : น้ำข้าวกล้องมือล่อ-เนินงาม

ออนไลน์ : น้ำข้าวกล้องมือล่อ-เนินงาม

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100086553127917>

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

กลุ่มลูกค้าทั้งในพื้นที่ และใกล้เคียง ตลอดจนบนแพลตฟอร์มออนไลน์

การแปรรูปข้าวกล้องเป็นผลิตภัณฑ์น้ำข้าวกล้อง

อบรมอีคอมเมิร์ซ Page Facebook และ Line Platform

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บาโงย อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ลูกหยีบุรีรัมย์

รายละเอียด : ลูกหยีบุรีรัมย์ เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากลูกหยีสด ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ลูกหยีกวน ลูกหยีคลูกน้ำตาล ลูกหยีฉาบ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับการเป็นของฝาก และเป็นอาหารทานยามว่าง

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Tiktok Shopee Facebook

การพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถนำมาใช้ซ้ำ (Reuse) ได้

การออกแบบโลโก้สินค้า โดยใช้โปรแกรม Canva

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ในพื้นที่ตำบลบาโงยมีการปลูกต้นลูกหยีเป็นพืชแซม จึงได้นำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนสร้างให้เกิดรายได้บนฐานการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และมีการนำลูกหยีมาแปรรูปในรูปแบบของ ลูกหยีกวน ลูกหยีคลูกน้ำตาล ลูกหยีฉาบ เป็นต้น โดยมีการจำหน่ายในชุมชนและนอกพื้นที่ ซึ่งรายได้ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่เป็นในรูปแบบของกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสร้างอาชีพและรายได้ ปัจจุบันพบว่ารูปแบบของสินค้าสามารถออกแบบให้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภค และรวมถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้ามากขึ้น

ดังนั้นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาเพื่อต่อยอดธุรกิจให้เติบโตต่อเนื่องและสร้างผลตอบแทนให้มากที่สุด

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 13,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านนิ ยี่อไระ

ออนไลน์ : บุรีรัมย์ บาโงย

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.บาโงย อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 4 คน
ประชาชน 4 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : สมุนไพร สป่าแก้ว

รายละเอียด : สมุนไพร สป่าแก้ว เป็นการนำสมุนไพรในพื้นที่มาเพิ่มมูลค่าในรูปแบบของการพ่นคลายกลิ่นเนื้อ และดูแลสุขภาพ สำหรับคนวัยทำงานและผู้สูงอายุ

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์ที่สินค้า โดยใช้โปรแกรม CANVA

การรักษาและยืดอายุของวัตถุดิบสมุนไพร สป่าแก้ว โดยใช้พลังงานแสงอาทิตย์

การประชาสัมพันธ์ช่องทางทางการจำหน่ายสินค้า ในรูปแบบของการออนไลน์ เช่น Tiktok

Shopee Facebook เป็นต้น

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ในพื้นที่ตำบลบาโงย มีพืชสมุนไพรท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก จึงมีความต้องการนำสมุนไพรมาสร้างมูลค่าและเกิดประโยชน์โดยเฉพาะการสร้างรายได้และอาชีพให้แก่ประชาชนในชุมชน ปัจจุบันพบว่าสาเหตุการเจ็บป่วยส่วนใหญ่เกิดจากการประกอบอาชีพและปัญหาสุขภาพ เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิต อาหารขาดสารอาหารและการปวดเมื่อยตามร่างกาย หากมีการสมุนไพรในชุมชนมาแปรรูปในรูปแบบของสมุนไพร สป่าแก้ว เพื่อช่วยในการผ่อนคลาย การารเจ็บป่วยข้างต้น ประกอบกับการสร้างอาชีพและรายได้โดยการจำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 7,650

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านนี้ ยี่อไร้

ออนไลน์ : บุหงา บาโงย

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65003909 : การพัฒนาปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากเศษใบไม้ใบหญ้าร่วมกับมูลสัตว์ ตำบลบาลอ อำเภอรามัน

จังหวัดยะลา



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.บาลอ อ.รามัน จ.ยะลา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากเศษใบไม้ใบหญ้าร่วมกับมูลสัตว์

รายละเอียด : ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากเศษใบไม้ใบหญ้าร่วมกับมูลสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากเศษใบไม้ใบหญ้าผสมร่วมกับมูลสัตว์ผ่านกระบวนการอัดเม็ด เพื่อความสะดวกต่อการใช้ โดยมีวัตถุประสงค์เพิ่มธาตุอาหารให้แก่พืช หรือบำรุงดิน เพื่อช่วยเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ขยายในราคา 29 บาท/กิโลกรัม ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากเศษใบไม้ใบหญ้าร่วมกับมูลสัตว์มาจากการนำของเสียมาเพิ่มมูลค่าเพื่อให้เป็นประโยชน์ เนื่องจากตำบลบาลอมีอาชีพเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่ เช่น การเลี้ยงวัว การเพาะปลูก เป็นต้น ซึ่งตำบลบาลอได้ประสบปัญหามูลสัตว์ตาม

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากใบไม้ใบหญ้าร่วมกับมูลสัตว์

เทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการการผลิต คือ การอัดเม็ดปุ๋ยอินทรีย์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ตำบลบาลอมีประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร เช่น การเลี้ยงวัว การเพาะปลูก เป็นต้น เกษตรกรมีความจำเป็นต้องใช้ปุ๋ยในการทำเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์จะเพิ่มธาตุอาหารให้แก่พืชหรือบำรุงดินเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้สูงขึ้น การใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรพบว่าปุ๋ยเคมีมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี จึงสนับสนุนให้เกษตรกรทำเกษตรอินทรีย์ ซึ่งในตำบลบาลอได้ประสบปัญหามูลสัตว์ตามทุ่งและท้องถนนเป็นปัญหาให้กับสังคม จึงนำของเสียเหล่านั้นมาเพิ่มมูลค่าใช้ประโยชน์ในทางการเกษตร โดยใช้มูลสัตว์และวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร ใบไม้ใบหญ้า มาเข้าสู่กระบวนการผลิตปุ๋ยได้เป็นปุ๋ยอินทรีย์แล้วนำมาทำปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด เพื่อสะดวกในการใช้และสามารถทดแทนปุ๋ยเคมีได้ ดังนั้นการทำปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากเศษใบไม้ใบหญ้าร่วมกับมูลสัตว์จึงมีความสำคัญเพื่อประโยชน์ต่อเกษตรกรในชุมชนและเกษตรกรที่สนใจนอกจากนี้ยังลดต้นทุนการผลิตให้แก่เกษตรกร หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์อีกด้วย และสิ่งที่ได้มาอีกทางหนึ่งคือสุขภาพเพราะการผลิตหรือเพราะปลูกพืชผักผลไม้โดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์ปราศจากสารเคมีปนเปื้อนหรือสารเคมีตกค้าง ทำให้ผู้บริโภคได้รับประทานพืชผักผลไม้ที่ปลอดภัย

การทำการตลาดและขายสินค้าผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดแบบออนไลน์และออฟไลน์เป็นความร่วมมือระหว่างทีมU2Tกับกลุ่มเกษตรกรในชุมชนตำบลบาลอด้านช่องทางการขายออนไลน์และออฟไลน์ในรูปแบบที่ตอบโจทย์กับการตลาดสมัยใหม่ การออกแบบสื่อต่าง ๆ โปรโมทสินค้าการวางแผนการตลาด โดยมี BusinessModelCanvas ดังนี้ Customer Segments:

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,436

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด U2T BALO Newbie

ออนไลน์ : U2T BALO New Bie

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65015912 : การพัฒนาปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากเศษใบไม้ใบหญ้าร่วมกับมูลสัตว์ ตำบลบาลอ อำเภอรามัน จังหวัดยะลา



มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา



ต.บาลอ อ.รามัน จ.ยะลา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : การพัฒนาตลาดออนไลน์และออฟไลน์สำหรับการจัดจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด

รายละเอียด : ปัจจุบันสื่อออนไลน์เข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงมีอิทธิพลอย่างมาก อีกทั้งความรวดเร็วและความสะดวกสบายของสื่อออนไลน์ยังถูกนำมาใช้ประโยชน์กับกลุ่มคนในทุก ๆ สาขาอาชีพ โดยเฉพาะการทำธุรกิจออนไลน์ที่เห็นกันอยู่ในทุกวันนี้ ดังนั้นการตลาดออนไลน์ ถือได้ว่าเป็นที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน เพราะแต่ละแบรนด์นั้นสามารถทำให้ผู้รู้จักแบรนด์หรือสินค้าได้อย่างกว้าง ดัง

02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์มาประยุกต์

เทคโนโลยีที่ใช้พัฒนาตลาดออนไลน์ ผ่านทาง เพจFacebook

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

ตำบลบาลอมีประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเช่นการเลี้ยงวัวการเพาะปลูกเป็นต้น เกษตรกรมีความจำเป็นต้องใช้ปุ๋ยในการทำเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเพิ่มธาตุอาหารให้แก่พืชหรือบำรุงดินเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้สูงขึ้น การใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรพบว่าปุ๋ยเคมีมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี จึงสนับสนุนให้เกษตรกรทำเกษตรอินทรีย์ ซึ่งในตำบลบาลอได้ประสบปัญหามูลวัวตามทุ่งและท้องถนนเป็นปัญหาให้กับสังคม จึงนำของเสียเหล่านั้นมาเพิ่มมูลค่าใช้ประโยชน์ในทางการเกษตร โดยใช้มูลสัตว์และวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร ใบไม้ใบหญ้า มาเข้าสู่กระบวนการผลิตปุ๋ยได้เป็นปุ๋ยอินทรีย์แล้วนำมาทำปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด เพื่อสะดวกในการใช้และสามารถทดแทนปุ๋ยเคมีได้ ดังนั้นการทำปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดจากเศษใบไม้ใบหญ้าร่วมกับมูลสัตว์จึงมีความสำคัญเพื่อประโยชน์ต่อเกษตรกรในชุมชนและเกษตรกรที่สนใจนอกจากนี้ยังลดต้นทุนการผลิตให้แก่เกษตรกร หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์อีกด้วย และสิ่งที่ได้มาอีกทางหนึ่งคือสุขภาพเพราะการผลิตหรือเพราะปลูกพืชผักผลไม้โดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์ปราศจากสารเคมีปนเปื้อนหรือสารเคมีตกค้าง ทำให้ผู้บริโภคได้รับประทานพืชผักผลไม้ที่ปลอดภัย

การทำการตลาดและขายสินค้าผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดแบบออนไลน์และออฟไลน์เป็นความร่วมมือระหว่างทีมU2Tกับกลุ่มเกษตรกรในชุมชนตำบลบาลอด้านช่องทางการขายออนไลน์และออฟไลน์ในรูปแบบที่ตอบโจทย์กับการตลาดสมัยใหม่ การออกแบบสื่อต่าง ๆ ไปรษณีย์การวางแผนการตลาด โดยมี BusinessModelCanvas ดังนี้ Customer Segments:

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,436

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ด U2T BALO Newbie

ออนไลน์ : U2T BALO New Bie

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





PS65018006 : โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการกะหรี่ปั๊บลากสี

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.มือมั่ง อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : Color-ful puff (กะหรี่ปั๊บลากสี)

รายละเอียด : ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีชุมชน หมู่ 4 บ้านมาเอ เป็นการพัฒนาแปงกะหรี่ปั๊บลากสี โดยใช้สีจากธรรมชาติ ทำให้เกิดเป็นกะหรี่ปั๊บลากสี เช่น สีเขียว ทำมาจากใบเตย สีม่วงจากมันม่วง สีดำจากอัญชัน สีส้มทำจากแครอท สีขาวแป้งปกติ เป็นต้น

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ใช้โปรแกรม canva

photo shop ในการออกแบบตราสินค้า / บรรจุภัณฑ์

ใช้ช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ผ่านโซเชียลมีเดียที่เป็นแบบออนไลน์ เช่น Facebook page

05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ Color-ful puff (กะหรี่ปั๊บลากสี) เป็นการพัฒนาแปงกะหรี่ปั๊บลากสีโดยใช้สีจากธรรมชาติ ทำให้เกิดเป็นกะหรี่ปั๊บลากสี เช่น สีเขียว ทำมาจากใบเตย สีม่วงจากมันม่วง สีเหลืองจากฟักทอง เหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย ราคาจับต้องได้ โดยมีการจำหน่ายผ่านหลายช่องทางทั้ง off-line/online

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,500

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าในชุมชนตำบลมือมั่ง

ออนไลน์ : U2T for BCG ตำบลมือมั่ง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ



รูปก่อน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ยะดี อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : B-YT (น้ำผึ้งชันโรง)

รายละเอียด : น้ำผึ้งชันโรงสด คือ น้ำหวานที่ได้จากผึ้งชันโรง ผึ้งชันโรงมีนิสัยเก็บเกสรดอกไม้มากกว่าเก็บน้ำหวาน ซึ่งผึ้งสายพันธุ์อื่นเก็บอย่างละเลาะๆ กัน ทำให้น้ำผึ้งชันโรงผลิตน้ำหวานได้น้อย แต่ให้คุณค่าทางโภชนาการสูง

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาระบบฐานข้อมูล

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการขาย

การสร้างฐานมาตรฐานเพื่อการขยายเสียงลงรังใหม่ โดยและส่วนที่เป็นน้ำผึ้งกันตัวอ่อน

เครื่องดูดและกรองน้ำผึ้ง

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำผึ้งชันโรง แบบ B-YT (น้ำผึ้งชันโรง) จะเป็นไปในลักษณะที่เป็นผู้ผลิตเอง ตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้น เลี้ยงผึ้งชันโรง จนกระทั่งให้ผลผลิตออกมาเป็นน้ำผึ้ง แล้ว นำน้ำผึ้งดังกล่าวไปผ่านกระบวนการทางการผลิตที่มีความสะอาดปลอดภัย ได้มาตรฐาน แปรรูป ออกมาเป็น น้ำผึ้ง แล้วนำไปบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามเพื่อดึงดูดกลุ่ม ผู้บริโภคที่นิยมบริโภคสุขภาพ น้ำผึ้ง ตลอดจนสามารถถนอมน้ำผึ้งไว้ได้นาน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ เหมาะกับผู้ที่ดูแลสุขภาพและใช้น้ำผึ้งในการประกอบอาหาร เป็นต้น

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 36,550

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : U2T ตำบลยะดี-

ออนไลน์ : U2T ตำบลยะดี-

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.ยะดี อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 5 คน
อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : B-YT (น้ำผึ้งชันโรง)

รายละเอียด : สมุนไพรชันโรง เป็นสมุนไพรจากน้ำผึ้งชันโรงแท้ 100% แต่งกลิ่นด้วยพืชจากธรรมชาติ เช่น ลาเวนเดอร์และอัญชัน โดยมีสรรพคุณดังนี้ -ช่วยให้ผิวหน้าดูเนียนนุ่ม ขาวกระจ่างใส -ช่วยลดริ้วรอย ลดฝ้า กระและสิว

05 : แผนธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรชันโรง แบรนด์ B-YT (สมุนไพรชันโรง) จะเป็นไปในลักษณะที่เป็นผู้ผลิตเอง ตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้น เลี้ยงผึ้งชันโรง จนกระทั่งให้ผลิตผลออกมาเป็นน้ำผึ้ง แล้วนำน้ำผึ้งดังกล่าวไปผ่านกระบวนการทางการผลิตที่มีความสะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน แปรรูปออกมาเป็นน้ำผึ้ง แล้วนำมาแปรรูปเป็นสบู่ โดยผ่านกระบวนการต่าง ๆ จากนั้นบรรจุในกล่องที่มีความสวยงาม เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น ผู้หญิง ที่ดูแลผิวพรรณ

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เครื่องดูดและกรองน้ำผึ้ง
การสร้างรังมาตรฐานเพื่อการย้ายเลี้ยงลงรังใหม่ โดยการแยกส่วนที่เป็นน้ำผึ้งและไขอ่อน
ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการขาย

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
สร้างความรู้ให้ชุมชน
สร้างรายได้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 42,450

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : U2T ตำบลยะดี-

ออนไลน์ : U2T ตำบลยะดี-

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปหลัง





PS65011742 : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมรากฐานหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T for BCG) ณ ตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.วังพญา อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสำหรับธุรกิจร้านอาหาร ร้านคาเฟ่ ภายใต้แบรนด์ "พญา" (PhaYa)

รายละเอียด : ของตกแต่งสำหรับธุรกิจร้านอาหาร คาเฟ่ ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติคือเตยหนาม มาเป็นวัสดุหลักในการผลิต และเปลี่ยนสีจากสารเคมีมาเป็นสีจากโคลนธรรมชาติในพื้นที่ตำบลวังพญามาใช้ย้อมเส้นเตยหนาม มุ่งเน้นความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่แต่ยังคงความทันสมัย

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการบริการ

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้

การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ คือเตยหนาม อีกทั้งยังมีความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ เป็นสินค้าพรีเมียม จัดจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ เจ้าของธุรกิจบ้านพัก โรงแรม รีสอร์ท รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ 50000 บาทต่อเดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา

ออนไลน์ : U2T for BCG Wangphaya

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง

1. Key Metrics ตัวชี้วัดความสำเร็จ -ยอดขาย -ลูกค้า -กำไรสุทธิ -ความพึงพอใจ -ความยั่งยืน	2. Key Indicators ตัวชี้วัดความสำเร็จ -ยอดขาย -ลูกค้า -กำไรสุทธิ -ความพึงพอใจ -ความยั่งยืน	3. Value Proposition ผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ 100% ปลอดภัย 100% ปลอดภัย 100% ปลอดภัย 100% ปลอดภัย	4. Customer Relationship วิธีการสร้างความสัมพันธ์ -บริการลูกค้า -การประชาสัมพันธ์ -การบริการลูกค้า	5. Customer Segments กลุ่มเป้าหมาย -ลูกค้า -ลูกค้า -ลูกค้า
6. Key Resources ทรัพยากรหลัก -ทุน -คน -เทคโนโลยี -ความรู้	7. Channels ช่องทางการขาย -ออฟไลน์ -ออนไลน์	8. Cost Structure โครงสร้างต้นทุน -ค่าวัสดุ -ค่าแรง -ค่าเช่า	9. Revenue Streams แหล่งที่มาของรายได้ -การขาย -การขาย	10. Social Media สื่อโซเชียลมีเดีย -Facebook -Instagram



PS65015884 : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมรากฐานหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T for BCG) ณ ตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ต.วังพญา อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน ประชาชน 5 คน อาจารย์ 1 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผลิตภัณฑ์ของตกแต่งสำหรับบ้านพักอาศัย ธุรกิจรีสอร์ท โรงแรม ภายใต้แบรนด์ "พญา" (PhaYa)

รายละเอียด : ของตกแต่งสำหรับบ้านพักอาศัย ธุรกิจรีสอร์ท โรงแรม ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติคือเตยหนาม มาเป็นวัสดุหลักในการผลิต และเปลี่ยนสีจากสารเคมีมาเป็นสีจากโคลนธรรมชาติในพื้นที่ตำบลวังพญามาใช้ย้อมเส้นเตยหนาม มุ่งเน้นความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่แต่ยังคงความทันสมัย

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น
เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการบริการ

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้

การตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ คือเตยหนาม อีกทั้งยังมีความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ เป็นสินค้าพรีเมียม จัดจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือ เจ้าของธุรกิจร้านอาหาร ร้านคาเฟ่ รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ 50000 บาทต่อเดือน

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

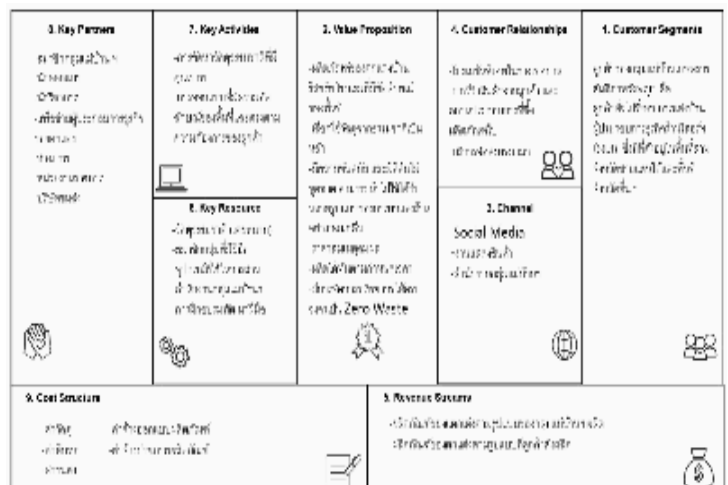
08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา

ออนไลน์ : U2T for BCG Wangphaya

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





สถาบันวิทยาลัยชุมชน



ต.อาซ่อง อ.รามัน จ.ยะลา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

6 คน



อาจารย์

8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ผ้าพื้นถิ่น

รายละเอียด : ผ้าพื้นถิ่นที่มีลวดลาย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเป็นลายผ้าที่บ่งบอกถึงความเป็นอาซ่อง

02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาแพคเกจจิ้งดีไซน์คุณภาพและมาตรฐานในการบรรจุภัณฑ์

ใช้สีเคมีและสีจากธรรมชาติในการทำสีผ้า

ออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าโดยใช้แม่พิมพ์แบบ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

- 1.Value Propositions ผ้าพิมพ์ลายที่เป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติตำบลอาซ่อง
- 2.Customer Segment กลุ่มลูกค้าอายุ 30 ปีขึ้นไป หรือกลุ่มที่มีความชื่นชอบในความเป็นวิถีวัฒนธรรม
- 3.Costomer Relationships ติดตามผลการใช้งานกับลูกค้าที่ซื้อไปว่าเป็นอย่างไร
- 4.Channels ช่องทางการจำหน่าย Facebook Tiktok บุณิการศการ และพพรักันท์
- 5.Revenue Streams จัดจำหน่ายที่ศูนย์แหล่งเรียนรู้ จำหน่ายออนไลน์ จัดบูธออกงาน
- 6.Key Resources วัสดุ อุปกรณ์ บุคลากร ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบ
- 7.Key Activities ออกแบบลายผ้า ตรวจสอบสินค้า
- 8.Key Partners U2T ตำบลอาซ่อง วิทยาลัยชุมชนยะลา ประชาชนตำบลอาซ่อง
- 9.Cost Structure ค่าวัตถุดิบ อุปกรณ์ ค่าแรงงาน รวมถึงค่าบรรจุภัณฑ์

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,100

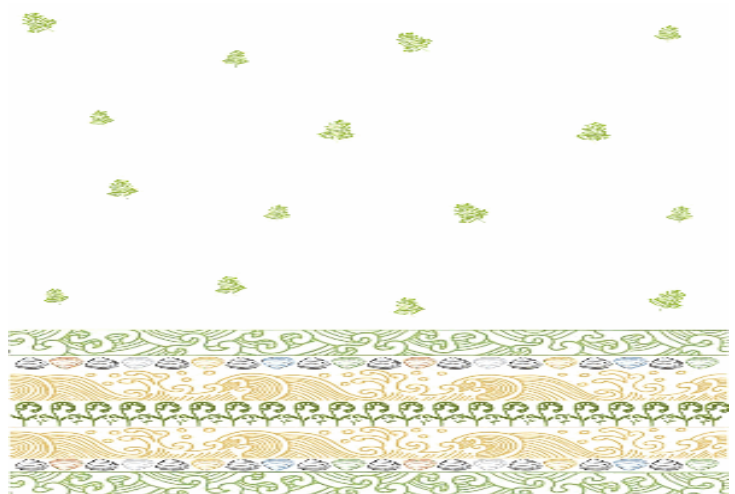
08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : -

ออนไลน์ : มาสอง อาซ่อง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 3 เดือนขึ้นไป

รูปหลัง





สถาบันวิทยาลัยชุมชน
ต.อาซ่อง อ.รามัน จ.ยะลา

บัญชี 5 คน
ประชาชน 6 คน
อาจารย์ 8 คน

01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : R-Song Cha

รายละเอียด : ชามะรุมเป็นชาที่แปรรูปมาจากใบมะรุม ซึ่งเป็นสมุนไพรในท้องถิ่น ที่เกิดขึ้นจากตามธรรมชาติ เป็นชาที่เหมาะสำหรับบุคคลที่ช่วยต้องการดูแลสุขภาพในการลดน้ำหนัก ลดพุง โรคเบาหวาน และความดันโลหิต

02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

ผลิตภัณฑ์ผักและอาหารแปรรูป

03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ต่อยอดจากใบมะรุมเป็นผลิตภัณฑ์ชามะรุม ซึ่งเป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ การทำให้ใบมะรุมแห้งไม่ให้อาบน้ำ และไม่ให้เกิดกลิ่นหรือรสชาติเปลี่ยน พัฒนาแพคเกจจิ้งดีไซน์ และคุณภาพและมาตรฐานในการบรรจุภัณฑ์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



05 : แผนธุรกิจ

- Value Propositions คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ เป็นการนำวัสดุธรรมชาติที่เป็นสมุนไพรในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นชาดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นหนึ่งทางเลือกสำหรับคนที่ต้องการลดน้ำหนัก ลดไขมัน และยังช่วยในเรื่องของโรคเบาหวาน ความดันอีกด้วย
- Customer Segment กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป หรือกลุ่มคนที่สนใจและรักในการดูแลสุขภาพ มีความต้องการที่อยากลดน้ำหนัก ลดพุง ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้
- Customer Relationships การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยมีการติดตามผลลัพท์และความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อไปว่าเป็นอย่างไร และเปิดช่องทางการให้คำปรึกษากับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์
- Channels ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับผู้สนใจสามารถสั่งซื้อหรือสั่งซื้อได้ผ่านช่องทางออนไลน์ คือ พืชภัณฑ์ที่พื้นบ้านท้องถิ่น และ sw.สต.ตำบลอาซ่อง ส่วนช่องทางออนไลน์สามารถสั่งซื้อได้จาก Facebook : เพจ มาสลอง อาซ่อง , U2T ตำบลอาซ่อง , TikTok : U2T ASONG และอีกช่องทาง คือ สามารถซื้อได้ตามงานมหกรรม บูธแสดงสินค้าตามงานต่างๆ
- Key Activities กระบวนการผลิต เริ่มจากการนำใบมะรุมมาอบแห้ง และบดให้เป็นผงพร้อมบรรจุใส่ในบรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้า รวมถึงตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนส่งออกสู่ตลาด อีกทั้งยังมีการทำการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น โดยใช้

06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างความรู้ให้ชุมชน

07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,020

08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : -

ออนไลน์ : มาสลอง อาซ่อง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





โครงการพัฒนาระบบการบริหารและจัดการเครือข่ายข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการเรียนรู้
เพื่อส่งเสริมการดำเนินโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG