



# มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

## U2T for BCG Snapshot







# 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 มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ | ป     |
| 3.4 รายชื่อกรรมการบริหาร                                       | ฝ     |
| 3.5 รายชื่อทีมร่วมพัฒนา                                        | พ     |
| 3.6 หน่วยงานพันธมิตร                                           | ม     |
| 3.7 ภาพรวมกิจกรรม                                              | ส     |
| 4. รายงานภาพรวมโครงการ Snapshot U2T for BCG                    | 1-114 |





**ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.เอนก เหล่าธรรมทัศน์**  
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม



# สารความยินดี

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

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





**ศาสตราจารย์ ดร.นพ.สิริฤกษ์ ทรงศิวิไล**  
ปลัดกระทรวงอุดมศึกษา  
วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม



# คำนำ

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

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



# บทสรุปผู้บริหาร

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

## แผนภาพแสดงความเชื่อมโยง 5 เป้าหมายสำคัญ (Achievement)



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



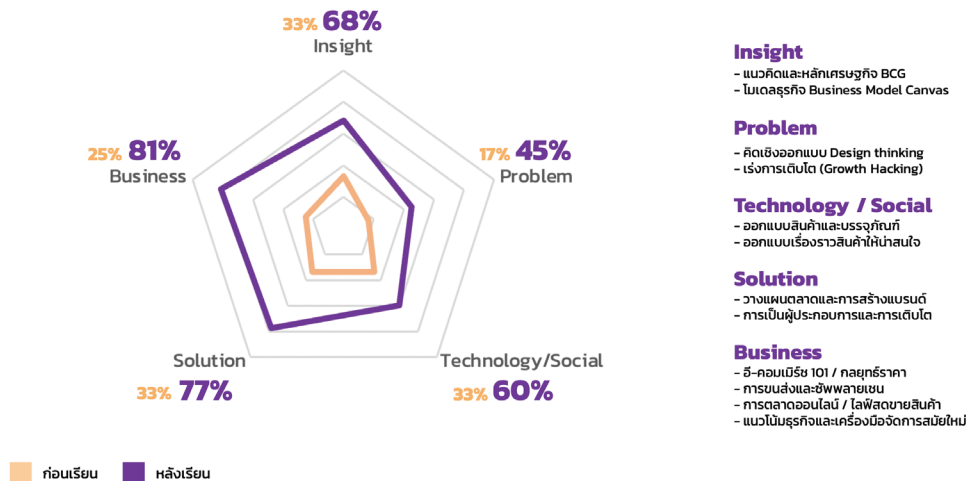
ในส่วนของการส่งเสริมองค์ความรู้ ทักษะและการเพิ่มขีดความสามารถ มีเนื้อหาหลักสูตรจำนวน 12 โมดูล โดยได้รับความร่วมมือและรับการอนุเคราะห์เนื้อหาจากหน่วยงานที่มีประสบการณ์โดยตรง ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ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

## Key Achievement U2T for BCG ประจำปี 2565

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

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

## สรุปผลประเมินความเข้าใจในเนื้อหาในระดับประเทศ



ในส่วนสานพลังเครือข่ายและความร่วมมือสร้างเศรษฐกิจ หน่วยงานภายใต้ 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 โครงการแซ่บอีรี่

## 17. แซ่บอีรี่

ตำบลทัพเสด็จ จังหวัดสระแก้ว  
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

**เส้นบะหมี่อบแห้งผสมโปรตีนจากดักแด้ไหมอีรี่**

**ปัญหาที่พยายามแก้ไข :**

โครงการต้องการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเลี้ยงไหมอีรี่ เพื่อลดขยะจากกระบวนการเลี้ยงไหมอีรี่ให้เป็นศูนย์ โดยนำเอาดักแด้ที่เป็นเศษเหลือทิ้งจากกระบวนการเลี้ยงไหมอีรี่มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง และใช้เทคโนโลยีไม่ซับซ้อน สร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยไม่เหลือส่วนที่เป็นขยะทิ้งไว้ให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม จากกระบวนการเลี้ยงไหมอีรี่ ที่เป็นไหมป่า เลี้ยงง่ายและกินใบมันสำปะหลังเป็นอาหาร ใช้ใบมันสำปะหลังที่เป็นเศษเหลือทิ้งจากการปลูกมันสำปะหลังมาเลี้ยงไหม ผลิตภัณฑ์ไหมขายสร้างรายได้ มูลไหมใช้ทำปุ๋ยอินทรีย์ใช้ในครัวเรือน และดักแด้ไหมอีรี่ แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายสร้างรายได้



## คลองปากปิด



## กลุ่มสภาพและการแพทย์ ได้แก่ Fairyland ChoraKhe Yai



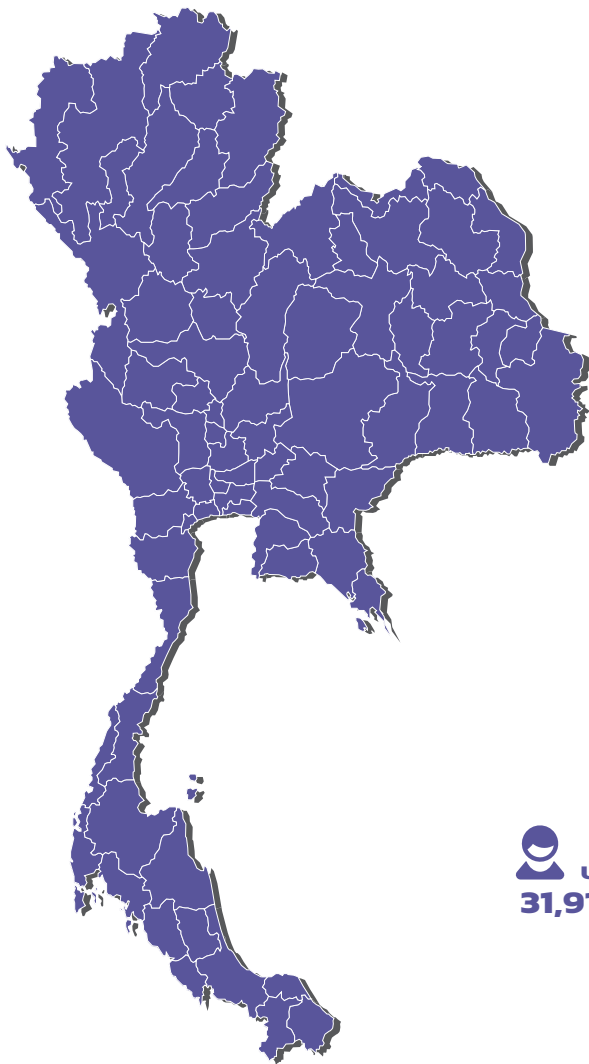
**กลุ่มพลังงานและวัสดุ ได้แก่ Chiangkhan Story**





# 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

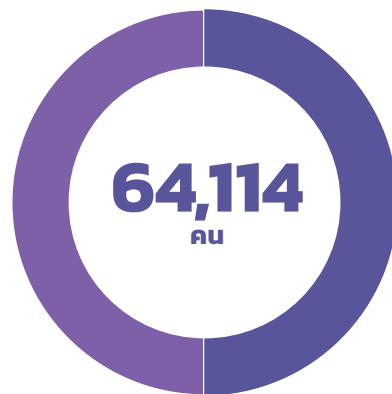


## จำนวนตำบล



## จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

ประชาชน  
31,919 คน



บัณฑิต  
32,195 คน



เกษตรปลอดภัย  
977 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ  
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ  
818 โครงการ



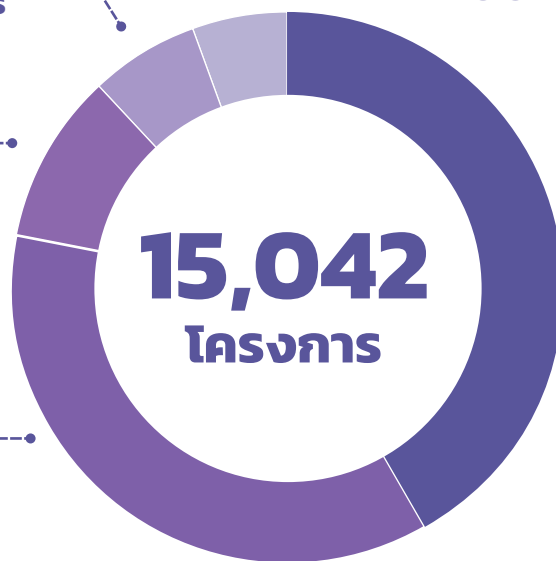
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้  
พลังงานเป็นน้ำกลับมาใช้ใหม่  
1,466 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก  
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น  
6,290 โครงการ



อาหารปลอดภัย  
5,491 โครงการ

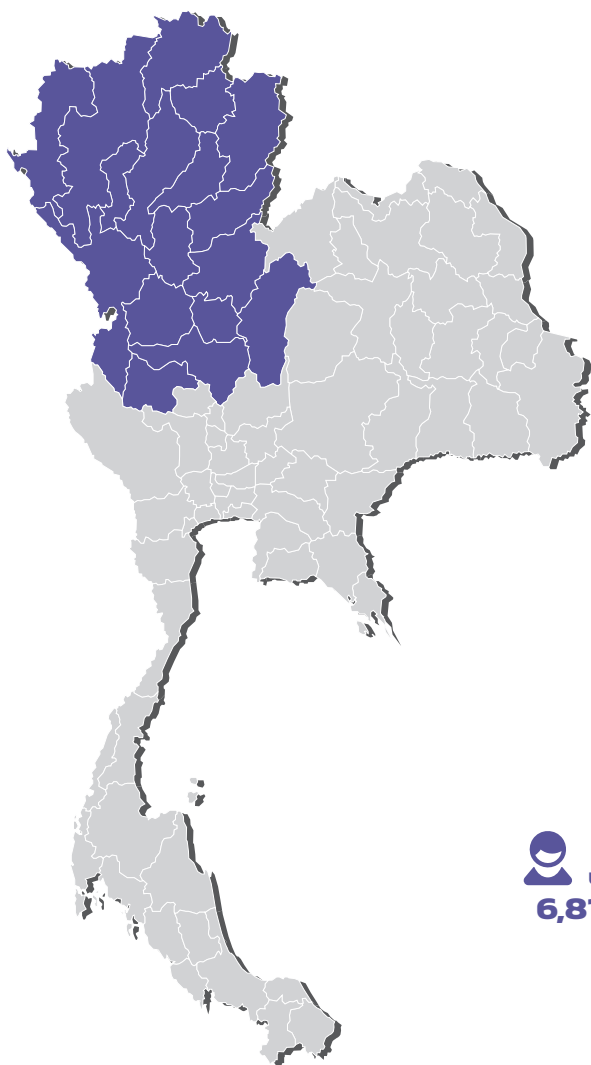


## จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย



# 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



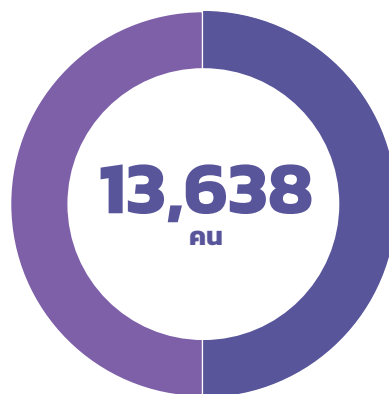
## จำนวนมหาวิทยาลัย



## จำนวนตำบล



## จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เกษตรปลอดภัย  
208 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ  
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ  
161 โครงการ



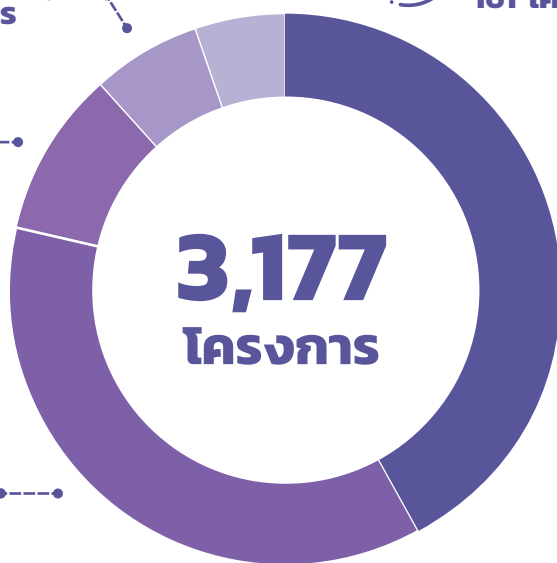
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้  
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่  
309 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก  
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น  
1,340 โครงการ



อาหารปลอดภัย  
1,159 โครงการ

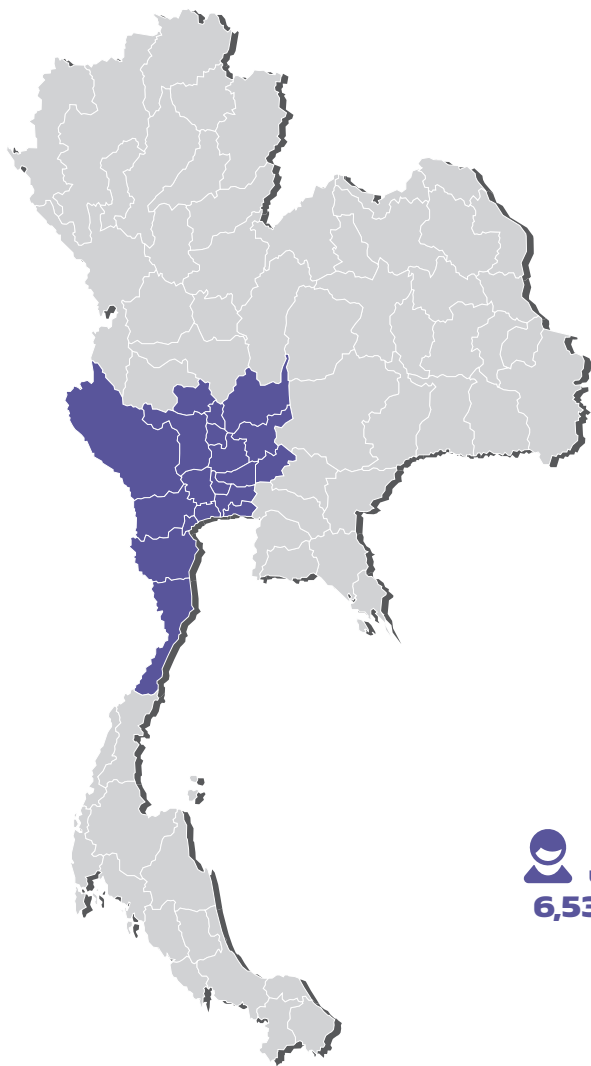


## จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย



# 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



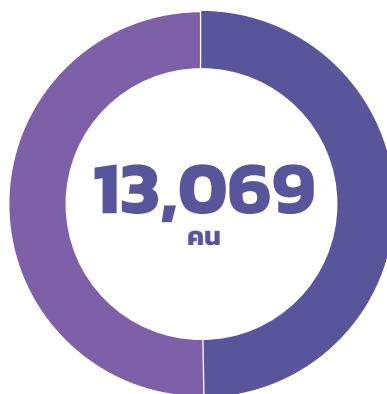
## จำนวนมหาวิทยาลัย



## จำนวนตำบล



## จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เกษตรปลอดภัย  
222 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ  
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ  
195 โครงการ



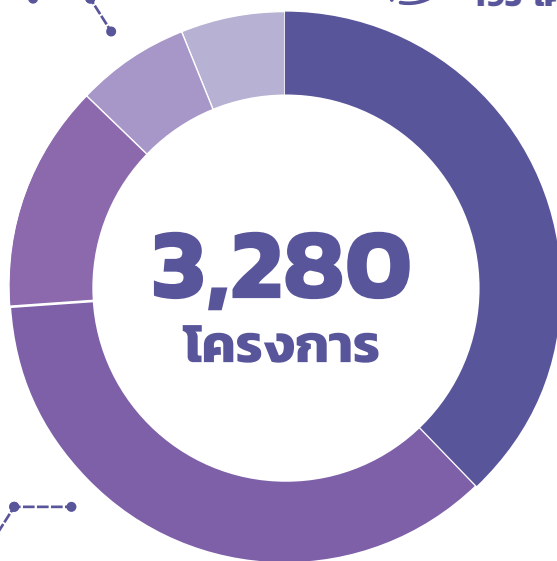
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้  
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่  
433 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก  
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น  
1,243 โครงการ



อาหารปลอดภัย  
1,187 โครงการ



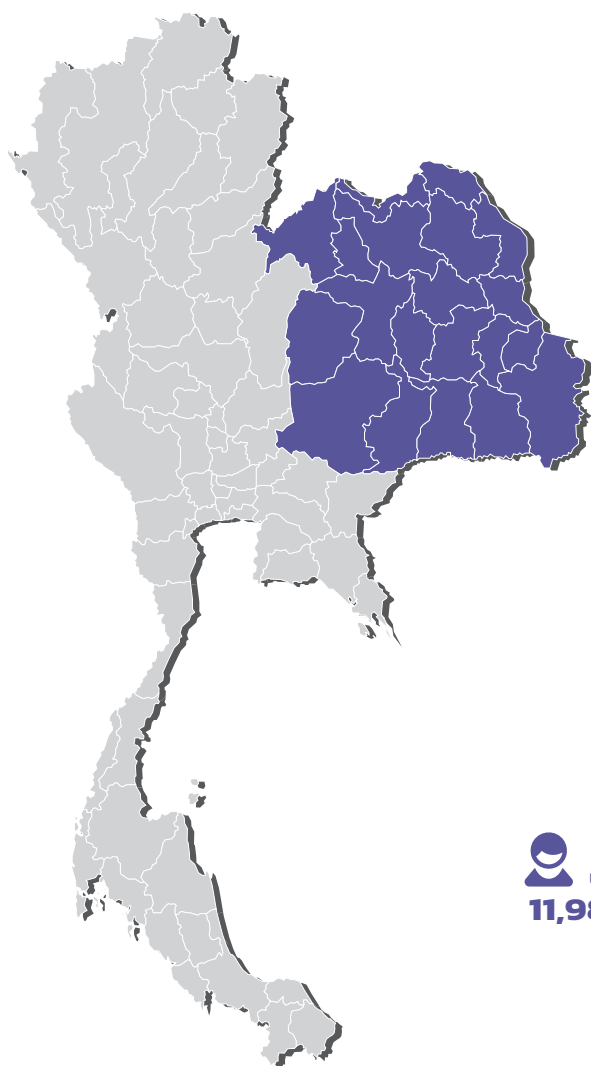
## จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย



# 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





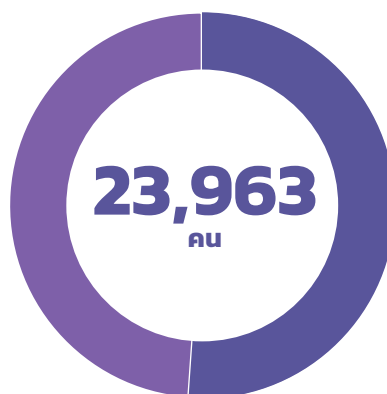
## จำนวนมหาวิทยาลัย



## จำนวนตำบล



## จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



เกษตรปลอดภัย  
355 โครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ  
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ  
174 โครงการ



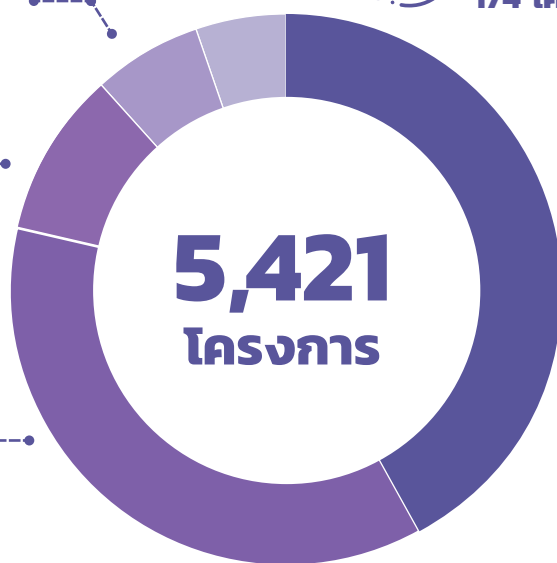
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้  
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่  
441 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก  
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น  
2,553 โครงการ



อาหารปลอดภัย  
1,898 โครงการ



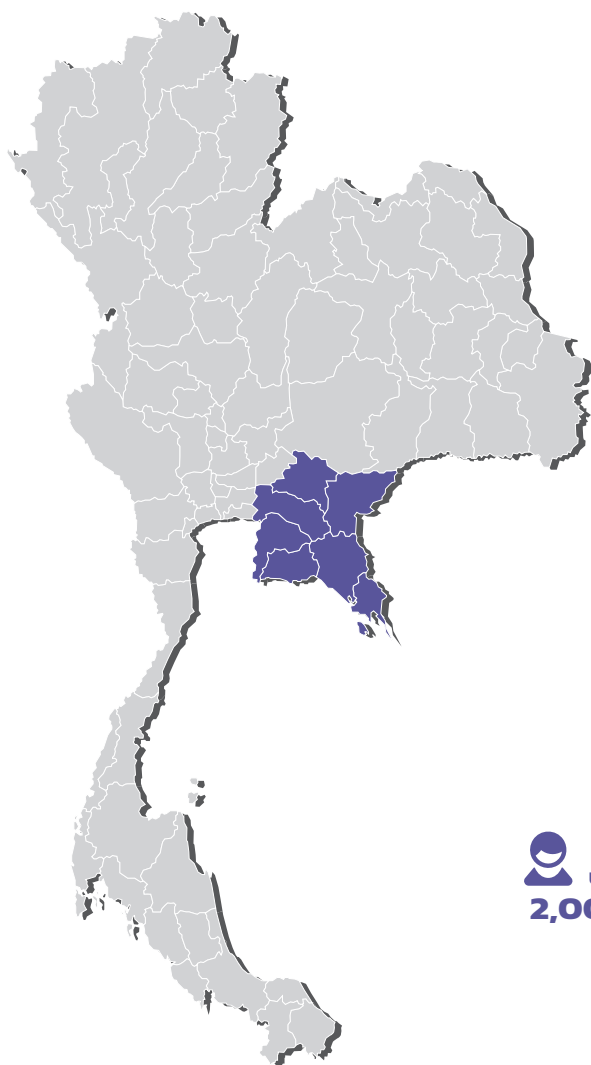
## จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย

# 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

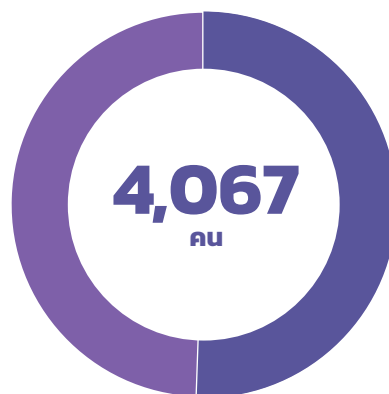


## จำนวนตำบล



## จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

 ประชาชน  
2,005 คน



 บัณฑิต  
2,062 คน



เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้  
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่  
79 โครงการ



เกษตรปลอดภัย  
72 โครงการ



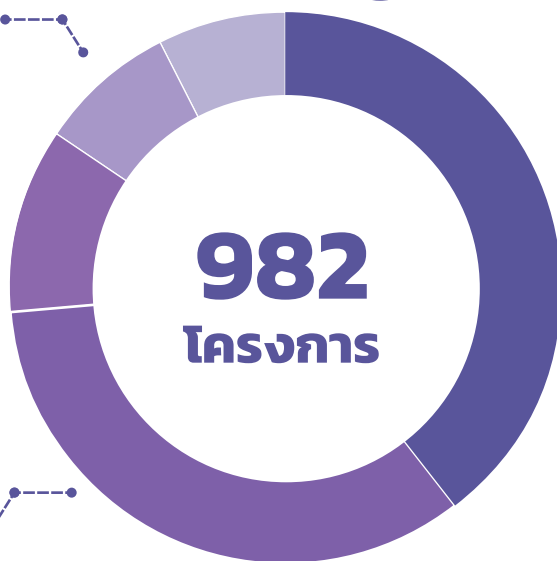
ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ  
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ  
106 โครงการ



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  
และด้านเศรษฐกิจสร้างเสริมภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 765 โครงการ



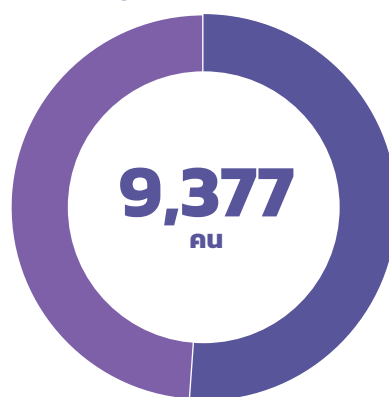
## จำนวนมหาวิทยาลัย



## จำนวนตำบล



## จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ



ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ  
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ  
182 โครงการ



เกษตรปลอดภัย  
120 โครงการ



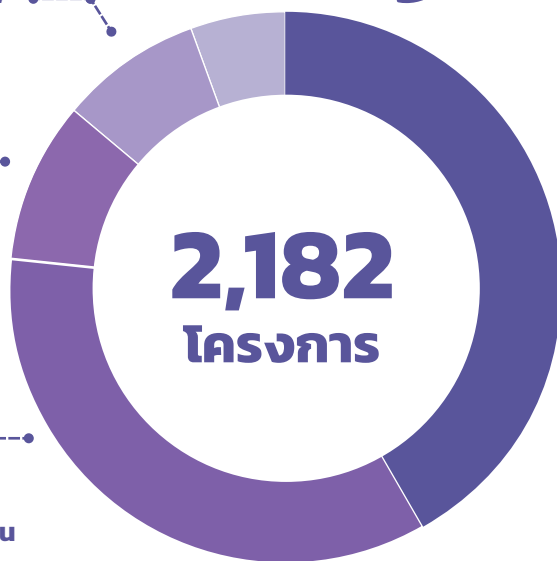
เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้  
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่  
204 โครงการ



อาหารปลอดภัย  
911 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก  
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น  
765 โครงการ



## จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย



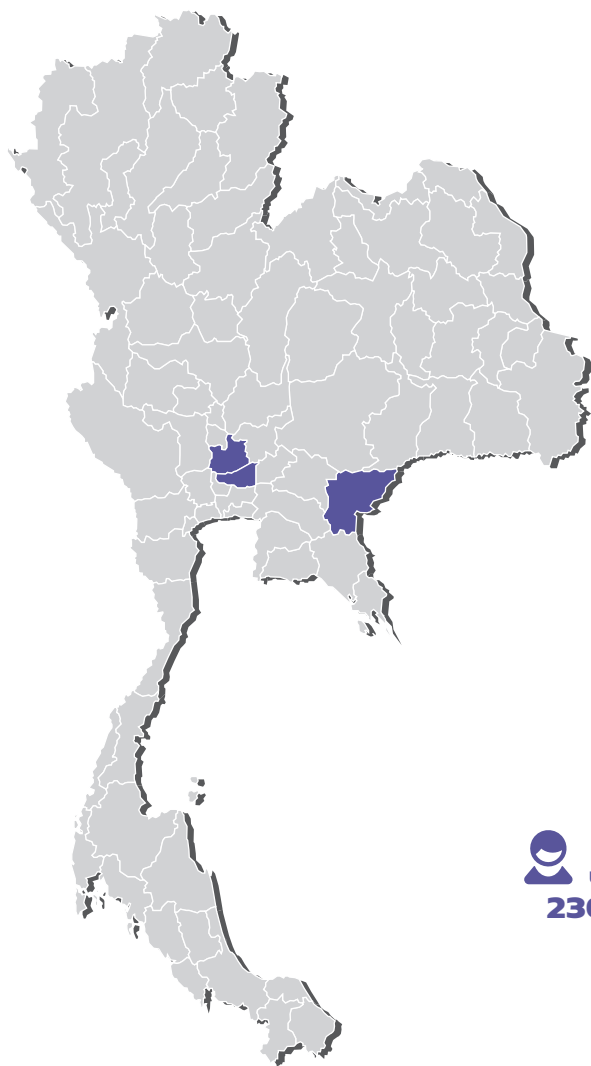
# สรุปผลลัพธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

“

รายงานผลลัพธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีพื้นที่ดูแลครอบคลุม 56 ตำบล มีผู้เข้าร่วมโครงการกว่า 448 คน แบ่งเป็น บัณฑิต 218 คน ประชาชน 230 คน โดยผลงาน BCG จำนวน 114 โครงการ ที่สอดคล้องและตรงตาม 5 เป้าหมายสำคัญ ดังนี้ ด้านเกษตรปลอดภัย 6 โครงการ ด้านอาหารปลอดภัย 55 โครงการ ด้านท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ 7 โครงการ ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่ 3 โครงการ และด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น 43 โครงการ

”





## จำนวนมหาวิทยาลัย

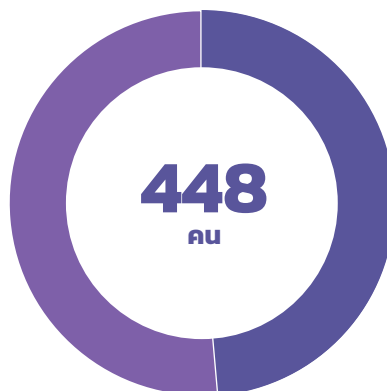


## จำนวนตำบล



## จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ

ประชาชน  
230 คน



บัณฑิต  
218 คน



เกษตรปลอดภัย  
6 โครงการ



เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้  
พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่  
3 โครงการ



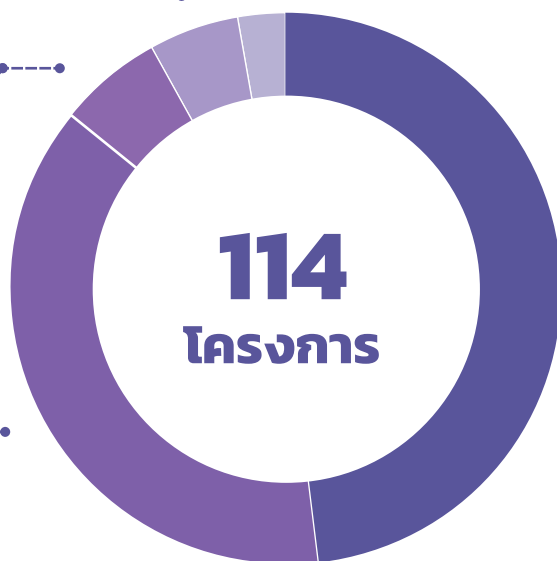
ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อ  
สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ  
7 โครงการ



เศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก  
ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น  
43 โครงการ



อาหารปลอดภัย  
55 โครงการ



## จำนวนโครงการตามกลุ่มเป้าหมาย



# รายชื่อกรรมการบริหาร



**ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพจน์ ทรายแก้ว**  
กรรมการ



**นายกิตติ สัจจาวัฒนา**  
กรรมการ



**รองศาสตราจารย์ยัชวีชา นันทบุตร**  
กรรมการ



**นางสาวดวงพร เสงี่ยมพันธ์**  
กรรมการ



**นายนา ยันตรโกวิท**  
กรรมการ



**นางสาวนิสากร จึงเจริญธรรม**  
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



นายพันพงษ์ ตั้งธีระสุนันท์



นางกัลยาณี กัฟหชัยบุรณ์



นายวิศิษฐ์ สุนทร



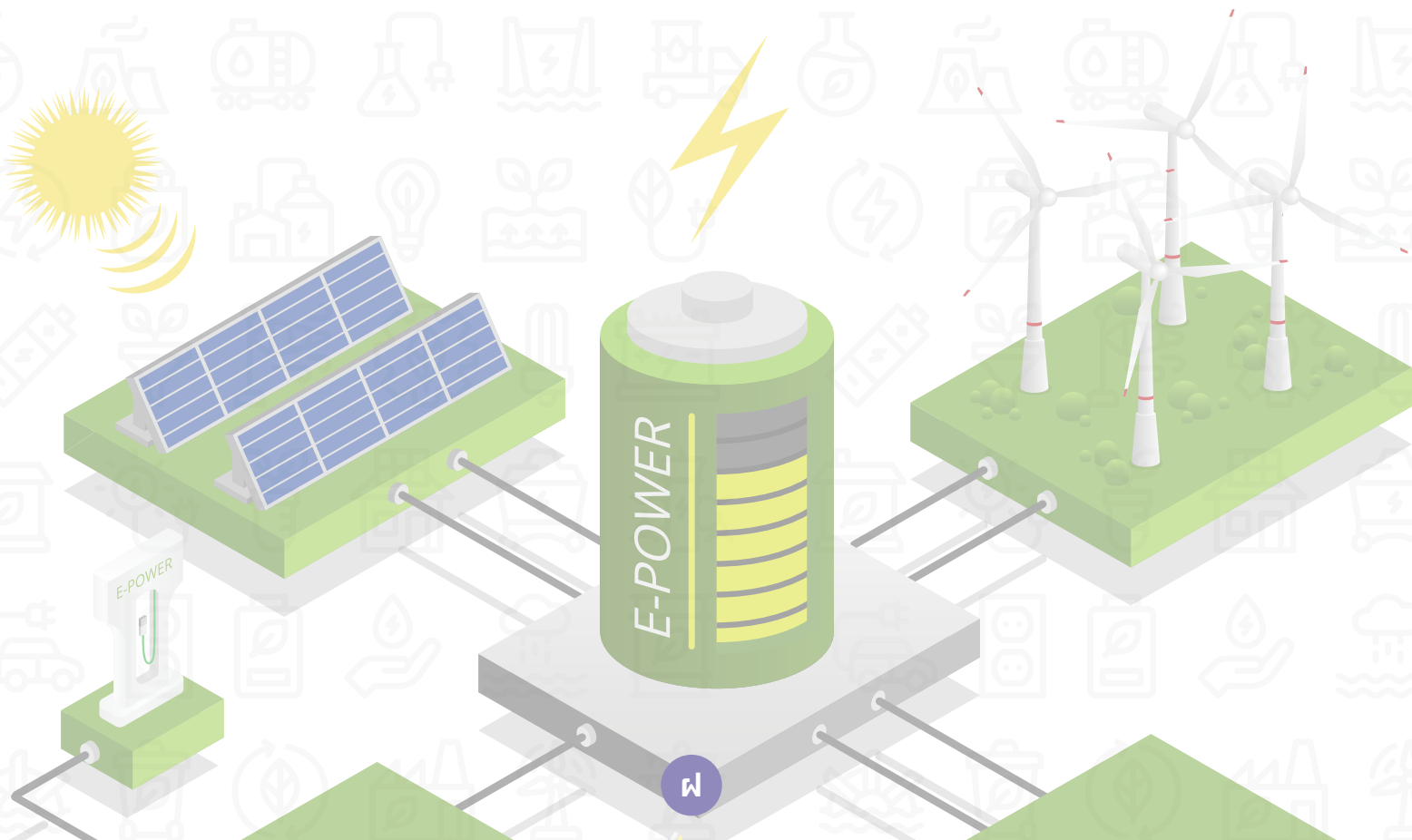
นายวิศร เฬ่วนิช



นางสาวชยานันท์ ไชยวัฒนพงศ์



นายรณภัทร สิ้นธุรวารณ





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. | จังหวัด ปทุมธานี        | 1  |
| 2. | จังหวัด พระนครศรีอยุธยา | 33 |
| 3. | จังหวัด สระแก้ว         | 69 |





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.คลองเจ็ด อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** วัสดุปลูกจากก้อนเห็ดเก่า

**รายละเอียด :** การนำเอาก้อนเห็ดเก่าที่ไม่สามารถให้ผลผลิตได้ นำมาขึ้นรูป เพื่อใช้เป็น ภาชนะสำหรับเพาะกล้าต้นไม้ เมื่อดันกล้าพร้อมปลูกตัววัสดุก็จะสลายพอดีเป็นการลดการใช้ถาดพลาสติก

## 02 : เป้าหมาย

**เกษตรปลอดภัย**

สารกำจัดศัตรูพืชทางชีวภาพ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีการนำเอาก้อนเห็ดเก่ามาใช้ให้เกิดประโยชน์

เทคโนโลยีการลดขยะจากพลาสติกจากถาดเพาะต้นกล้า

นวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

การดำเนินงานเน้นส่งเสริมการผลิตวัสดุปลูกจากก้อนเห็ดเก่าที่ได้จากของเหลือทิ้งจากการผลิตเห็ดนางฟ้าซึ่งเป็นอาชีพของชุมชน โดยกระบวนการผลิตเน้นการพัฒนาสูตรดินปลูกคุณภาพสูง และพัฒนาเป็นกระถางปลูกพืชเพื่อใช้ในการปลูกพืช ดำเนินงานพัฒนาธุรกิจโดยยึดตามหลักส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) นำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นผลิตง่ายคุณภาพสูง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์ที่สวยงามง่ายต่อการขนส่ง โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัยที่ปลูกพืชทุกชนิดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มผู้ผลิตเห็ดหมู่บ้านที่ 7 (ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 7)

**ออนไลน์ :** Growing Klong7 / VRU marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.คลองเจ็ด อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ปุ๋ยหมักจากก้อนเห็ดเก่า

**รายละเอียด :** การนำก้อนเห็ดที่ไม่สามารถให้ผลผลิตได้แล้วนำมาทำเป็นปุ๋ยหมักที่มีปริมาณของไนโตรเจนสูง ต้นทุนต่ำ

## 02 : เป้าหมาย

**เกษตรปลอดภัย**

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ให้สะดวกต่อการใช้งาน

เทคโนโลยีการนำเอาก้อนเห็ดเก่ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ในรูปของปุ๋ยหมักไนโตรเจนสูง

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

การดำเนินงานเน้นส่งเสริมการผลิตปุ๋ยหมักจากก้อนเห็ดเก่าที่ได้จากของเหลือทิ้งจากการผลิตเห็ดนางฟ้าซึ่งเป็นอาชีพรองของชุมชน โดยกระบวนการผลิตเน้นการพัฒนาสูตรให้ได้ปุ๋ยหมักไนโตรเจนสูง เพื่อใช้ในการผลิตพืช ซึ่งเป็นการลดต้นทุนปุ๋ยเคมีที่ราคาสูงในปัจจุบัน ดำเนินงานพัฒนาธุรกิจโดยยึดตามหลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) นำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นผลิตง่ายคุณภาพสูง สามารถใช้ได้กับพืชทุกชนิด โดยมีรูปแบบการนำเสนอสินค้าที่มีความทันสมัย บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามง่ายต่อการขนส่ง โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัยที่ปลูกพืชทุกชนิดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มผู้ผลิตเห็ดหมู่บ้านที่ 7 (ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 7), VRU marketplace

**ออนไลน์ :** Growing Klong7

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางชะแยง อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ของชำร่วย บางชะแยง

รายละเอียด : ของชำร่วยจากผ้า นำเอาเศษวัสดุเหลือใช้มาสร้างสรรค์เป็นงานสินค้า สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับของที่เหลือใช้ และใช้ทักษะความสามารถของชุมชนในการทำ เป็นคุณค่าทางจิตใจได้อีกด้วย

## 02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบโลโก้และบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากเศษผ้าเป็นของชำร่วย

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners

วัด

กลุ่มวิสาหกิจ

ร้านขายส่ง ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดรังสิต

ร้านค้าชุมชน

ร้านกีฟชอป

ร้านผ้า

หน่วยงานราชการ และหน่วยงานเอกชนในพื้นที่

Key Activities

ออกแบบและพัฒนาสินค้าใหม่ ให้หลากหลาย

เพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์

สร้างเครือข่าย เช่น กลุ่มขายของที่ระลึก

Key Resources

ผ้า

พวงกุญแจ

ลูกปัด

ลูกกระพรวน

-

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มผู้สูงวัย sw.สต. บางชะแยง

ออนไลน์ : VRU U2T / VRU Marketplace

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางชะแยง อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** พวงหรีด บางชะแยง

**รายละเอียด :** พวงหรีดจากดอกไม้ประดิษฐ์ และพวงหรีดจากวัสดุสมัยใหม่ เพื่อตอบโจทยช่วยเหลือชุมชนในการหาเงินรายได้อีก และเพิ่มทางเลือกให้คนเข้าถึงง่าย และอุดหนุนชุมชน พัฒนารูปแบบให้สวยงาม เป็นที่ต้องการของหน่วยงานภายในและภายนอกชุมชน

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์พวงหรีดเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์พวงหรีดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners

วัด

กลุ่มวิสาหกิจ

ร้านขายส่ง ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดรังสิต

ร้านค้าชุมชน

ร้านดอกไม้

โรงเรียน

หน่วยงานราชการ และหน่วยงานเอกชนในพื้นที่

Key Activities

ออกแบบและพัฒนาสินค้าใหม่ ให้หลากหลาย

สร้างเครือข่าย เช่น วัด เทศบาล หน่วยงานราชการ และเอกชน

เพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์

ให้องค์ความรู้เกี่ยวกับงานมงคล และงานอวมงคล

Key Resources

ดอกไม้กระดาษ

ใบไม้สด เช่น ใบยาง ใบเพิร์น

ริบบิ้น

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มผู้สูงวัย SW.สต. บางชะแยง

**ออนไลน์ :** VRU U2T

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางเดื่อ อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ชุดปักสไบมอญ D.I.Y. บางเดื่อ

**รายละเอียด :** การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์การใช้งานได้สะดวกขึ้น และเหมาะกับผู้ที่ต้องการจะเรียนรู้การปักสไบมอญ

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าใหม่ระดับโลก

พัฒนาตลาดสร้างสรรคของผ้าสไบมอญ DIY

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Business Model Canvas "สไบมอญ D.I.Y."

Key Partners

- ผู้ประกอบการขายผ้าไหม
- ร้านค้าในชุมชน
- ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า เช่น เคอรี่ แฟลช ไปรษณีย์ ฯ
- หน่วยงานภาครัฐ เช่น พัฒนาชุมชน
- หน่วยงานภาคเอกชน เช่น เดอะไนน์ ทิวานนท์ เซียร์รังสิต พิวเจอร์พาร์ค รังสิต ฯ

Key Activities

- การจัดซื้อวัตถุดิบ
- การคัดเลือก/จัดวางสี ด้ายและการสร้างลวดลาย
- บรรจุและจัดจำหน่าย Value Propositions
- ชุดปักที่สามารถปักได้ด้วยตนเอง
- มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์

Customer Relationships

- ให้ส่วนลดกับลูกค้าประจำ
- การแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัว สำหรับลูกค้าใหม่ เพื่อรับส่วนลด

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มสัมมาชีพบ้านน้ำวน ตำบลบางเดื่อ

**ออนไลน์ :** สไบมอญ@บางเดื่อ

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางเดื่อ อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ขนมไทย บางเดื่อ

**รายละเอียด :** การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อเป็นของฝาก เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ทองหยับ ทองหยอด ฟอยทอง หม้อแกง เป็นต้น

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีการพัฒนาการส่งเสริมด้านการตลาด และการขายสินค้าทางออนไลน์

นวัตกรรมปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าใหม่

นวัตกรรมการสร้างคอนเทนต์ในการขายสินค้า

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

Business Model Canvas "ขนมไทยบางเดื่อ"

**Key Partners**

- ผู้ประกอบการขายวัตถุดิบในการทำขนม

- ร้านค้าในชุมชน/

คนในชุมชน

- หน่วยงานภาครัฐ เช่น พัฒนาชุมชน

มรภ.วไลยอลงกรณ์ฯ

- หน่วยงานภาคเอกชน เช่น เดอะไนน์ ศิวานนท์ เซียร์รังสิต พิวเจอร์พาร์ครังสิต ฯ

**Key Activities**

- จัดหาวัตถุดิบ

- กระบวนการผลิต

- บรรจุและจัดจำหน่าย

**Value Propositions**

- วัตถุดิบที่ใช้ปลอดสารเคมี และเป็นวัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน

- บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย

- มีความสดใหม่

- พิถีพิถันในเรื่องคุณภาพ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :**

**ออนไลน์ :** VRU U2T / VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านใหม่ อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี



บัณฑิต

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ชุดหมอนสุขภาพเพื่อลดแผลกดทับที่บ้านใหม่

**รายละเอียด :** ชุดหมอนสุขภาพเพื่อลดแผลกดทับเป็นนวัตกรรมช่วยเหลือกลุ่มผู้ป่วยติดเตียงหรือผู้สูงอายุผู้ป่วยติดเตียงในการบรรเทาสาเหตุของการเกิดแผลกดทับโดยออกแบบหมอนให้ช่วยรองรับอวัยวะของผู้ป่วยที่มีความเสี่ยงในการเกิดแผลกดทับ เช่น ต้นคอ ข้อศอก ข้อมือ ข้อเท้า

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีการออกแบบหมอนที่ใช้สำหรับลดแผลกดทับ

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners - ชุมชนบ้านใหม่ ร้านค้า ร้านเม็ดโฟม ร้านขายส่งผ้า swสด หมอ พยาบาล ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ Key Activity - การเย็บอุปกรณ์ช่วยเหลือผู้ป่วยติดเตียง 9 ชิ้นที่แตกต่างกัน Key Resources - จักร ความรู้ ผ้า เม็ดโฟม ลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญา กลุ่มแม่บ้านตัดเย็บ Value Propositions - สำหรับบรรเทา เบาบาง อาการหรือโอกาสที่จะเกิดแผลกดทับ Customer Relationships - การให้คำปรึกษาด้านข้อมูลการนำไปใช้ มีช่องทางออนไลน์ในการตอบและปรึกษาปัญหา Channels - sw.สค. OTOP บูธสินค้าสุขภาพ สื่อออนไลน์ Customer Segments - เป็นสินค้า niche market สำหรับผู้ป่วยติดเตียง ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีน้ำหนักเยอะ Cost Structure - ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ค่าแรง ค่าเช่าสถานที่ Revenue Streams - รายได้จากการขายสินค้า ค่าบรรยาย ค่าศึกษาดูงาน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 9,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ชุมชนบ้านใหม่ปทุมธานี

**ออนไลน์ :** ชุมชนบ้านใหม่ปทุมธานี

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านใหม่ อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสังคมตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

**รายละเอียด :** พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลบ้านใหม่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสน์สังคมและวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวและจากการขายสินค้าในเส้นทางท่องเที่ยว

## 02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ธุรกิจการท่องเที่ยวออนไลน์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนบ้านใหม่

เทคนิคการสร้างวิถีทัศน์ประชาสัมพันธ์แพคเกจท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners - ร้านค้าปลีกในชุมชน ผู้ผลิต สถานที่ท่องเที่ยว บริษัทขนส่ง ชุมชน วัด โรงเรียน  
Key Activity - แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ Key Resources - บุคลากรด้านการท่องเที่ยว การตลาด การขนส่ง Value Propositions - สร้างเรื่องราวผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขายแพคเกจทัวร์ Customer Relationships - สร้างเรื่องราวประสบการณ์คุณค่าที่ดี Channels - สร้างสื่อสังคมออนไลน์ และเครือข่ายพันธมิตรนำเที่ยว Customer Segments - นักท่องเที่ยว ประชาชนที่ชอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม Cost Structure - ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรและค่าใช้จ่ายด้านวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจนำเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการกระจายสินค้าและต้นทุนการผลิต Revenue Streams - รายได้จากนักท่องเที่ยว และรายได้จากการขายสินค้าในเส้นทางท่องเที่ยว

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ชุมชนบ้านใหม่ปทุมธานี

**ออนไลน์ :** ชุมชนบ้านใหม่ปทุมธานี

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.สวนพริกไทย อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** เกือบครบถ้วนจันทร์

**รายละเอียด :** เกือบครบถ้วนจันทร์ เป็นข้าวเกือบเต็มที่ทำจากข้าวอณิก 100 % ตำบลสวนพริกไทย จังหวัดปทุมธานี ซึ่งปลูกด้วยเกลือ กระเทียม และพริกไทย เมื่อทอดแล้วมีความกรอบ หอมกลิ่นข้าว ไม่มีกลิ่นเหม็นหืน ไม่ใส่สารกันเสีย ทอดใหม่สดสะอาด เหมาะสำหรับเป็นของว่างทานเล่น

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการกำจัดกลิ่นหืนของอาหารโดยใช้ความร้อน

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ช่วยยืดอายุการเก็บอาหาร

-

## 05 : แผนธุรกิจ

**Key partner**

- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวกล้องสวนพริกไทย
- กลุ่มแม่บ้านสวนพริกไทย
- อบต.สวนพริกไทย

**Key activities**

- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- การทดสอบและควบคุมคุณภาพการผลิต
- การทำการตลาด

**Key resource**

- ข้าวกล้อง วัตถุดิบทางการเกษตรที่มีในชุมชน

**Value proposition**

- ราคาถูก
- ใช้วัตถุดิบจากการทำเกษตรอินทรีย์ได้มาตรฐาน
- สินค้าคุณภาพดี อร่อย

**Customer relationships**

- ลูกค้าพึงพอใจและเกิดการซื้อซ้ำ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ตลาดนัดชุมชนหมู่ 8 ตำบลสวนพริกไทย อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

**ออนไลน์ :** แอมazonสวนพริกไทย

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ



รูปก่อน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.สวนพริกไทย อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ชาใบอ่อนข้าวสวนพริกไทย

**รายละเอียด :** ชาใบอ่อนข้าวสวนพริกไทย เป็นชาชนิดดื่มเพื่อสุขภาพที่ผลิตจากยอดต้นอ่อนข้าวหอมปทุมอินทรีย์ ตำบลสวนพริกไทย จังหวัดปทุมธานี เป็นการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับเทคโนโลยีการคั่วชา มีเอกลักษณ์ด้านความหอมของข้าวหอมปทุม ไม่แต่งสี มีสารต้านอนุมูลอิสระ

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการคั่วชาโดยใช้ความร้อนที่เหมาะสม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ช่วยยืดอายุการเก็บอาหาร

-

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "ชาใบอ่อนข้าวสวนพริกไทย อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี"

**Key partner**

- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชาวกีฬาสวนพริกไทย
- กลุ่มแม่บ้านสวนพริกไทย
- อบต.สวนพริกไทย
- ร้านค้าชุมชน

**Key activities**

- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- การทดสอบและควบคุมคุณภาพการผลิต
- การทำการตลาด

**Key resource**

- ยอดอ่อนข้าวหอมปทุมเป็นวัตถุดิบทางการเกษตรที่มีในชุมชน Value Proposition
- ใช้วัตถุดิบจากการทำเกษตรอินทรีย์ได้มาตรฐาน - สินค้าคุณภาพดี อร่อย Customer relationships - ลูกค้าพึงพอใจและเกิดการซื้อซ้ำ - การขายสินค้าออนไลน์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก ทำให้มีการติดต่อกับลูกค้าโดยตรง Chanel - เพจ Facebook - ร้านค้าชุมชน - Online market (VRU Marketplace) Customer Segment - กลุ่มลูกค้าทั่วไป - กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น และกลุ่มผู้รักสุขภาพ Cost structure - ต้นทุนวัตถุดิบการผลิต - ต้นทุนการผลิตสินค้า - ต้นทุน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ตลาดนัดใหญ่ 8 ตำบลสวนพริกไทย อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี

**ออนไลน์ :** แวะจันทรสวนพริกไทย

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

**รูปหลัง**







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.คลองพระอุดม อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผลิตภัณฑ์จากเชือกโยสั้งเคราะห์ คลองพระอุดม

**รายละเอียด :** การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเชือกโยสั้งเคราะห์เป็นการต่อยอดองค์ความรู้ของประชาชนในชุมชนที่มีอยู่เพื่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าใหม่และตอบโจทย์ลูกค้าหลากหลายมากขึ้น โดยการผลิตสินค้าจะเป็นการจัดซื้อวัสดุเชือกโยสั้งเคราะห์ มาสร้างสรรค์ด้วยการถักทอตามโครงต้นแบบของตำบล

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาทักษะการแปรรูปเชือกโยสั้งเคราะห์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

การพัฒนาตลาดสินค้าให้น่าสนใจ

-

## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partners**

- เกษบาลคลองพระอุดม
- กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน
- ประชาชนในชุมชน
- ผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน
- โรงเรียน/วัด ในชุมชน
- มหาวิทยาลัยราชภัฏ

วไลยอลงกรณ์

**Key Activities**

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก

เชือกโยสั้งเคราะห์

**Key Resources**

- สินค้าชุมชนที่ผลิตจากเชือกโยสั้งเคราะห์ เช่น ตะกร้าจากเชือกโยสั้งเคราะห์ และถุงใส่สเปรย์แอลกอฮอล์
- Value Propositions
- คนในชุมชนมีอาชีพ
- คนในชุมชนมีการพัฒนาตนเองและมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ศูนย์เรียนรู้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สำหรับเด็กและเยาวชนตำบลคลองพระอุดม

**ออนไลน์ :** VRU U2T/ VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.คลองพระอุดม อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : E-Commerce คลองพระอุดม

**รายละเอียด :** เว็บไซต์แบบ Ecommerce ของชุมชนตำบลคลองพระอุดม อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี โดยให้เทศบาลตำบลคลองพระอุดมเป็นศูนย์กลางระหว่างชุมชนที่ต้องการสินค้าออนไลน์ และลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้ด้วยตัวเอง โดยลดภาระการตอบคำถามหรือรับออเดอร์ผ่านแอดมิน

## 02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เศรษฐศาสตร์และการจัดการ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การนำเว็บไซต์มาช่วยในการพัฒนากระบวนการขายสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการออกแบบช่องทางการขายออนไลน์

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners

- เทศบาลคลองพระอุดม
- กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน
- ประชาชนในชุมชน
- ผู้ประกอบการร้านค้าในชุมชน
- โรงเรียน/วัด ในชุมชน
- บริษัทผู้รับทำเว็บ
- มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

Key Activities

กิจกรรมการพัฒนา

ช่องทางการจำหน่าย

สินค้าชุมชนสู่ E-Commerce หรือสู่ตลาดออนไลน์และออฟไลน์

Key Resources

- สินค้าชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์จากเชือกโยสั้งเคราะห์ หมีโบราณ สไบมอญ สบู่ และอื่นที่มีในชุมชน
- แผนการจัดการข้อมูล

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 45,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** เทศบาลตำบลคลองพระอุดม

**ออนไลน์ :** www.klongphraudomshop.com / VRU U2T / VRU Marketplace

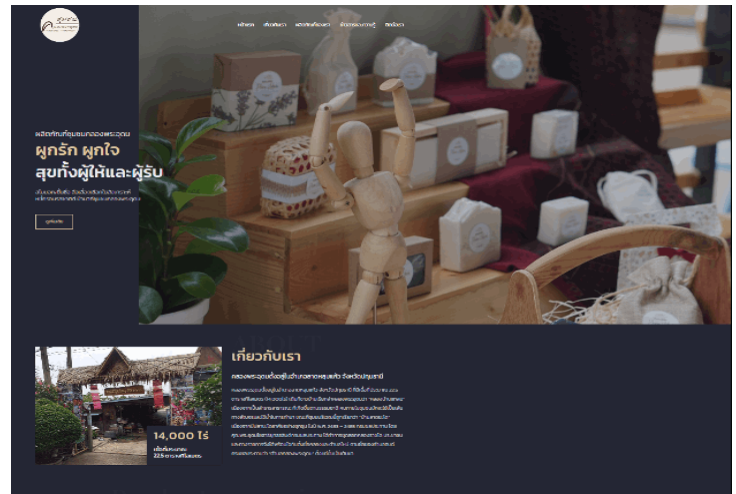
**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.คูขวาง อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

#### 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ำพริกปลาป่น ตรา ZAMANI คุณวาง

**รายละเอียด :** เป็นน้ำพริกปลาป่น อร่อย แซ่ซี้ด ถึงใจ ผลิตโดย สตรีมุสลิมจากกลุ่มสัมมาชีพชุมชนแปรรูปปลาลองบางโพธิ์ เน้นใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในตำบลคูขวาง คือ "ปลาดุก" ซึ่งเป็นปลาดุกพันธุ์บักอูย ที่มีข้อดี คือ รสชาติดี เนื้อนุ่ม และมีความมันอร่อย

#### 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

#### 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาระบบธุรกิจ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

#### 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การสร้างตลาดออนไลน์

การพัฒนาระบบธุรกิจ

การพัฒนาสูตรให้ตามหลักสุขอนามัย

#### 05 : แผนธุรกิจ

Business model canvas "น้ำพริกปลาป่น ตรา ZAMANI"

Key Partners

- ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

- วิทยาลัยชุมชนผู้เลี้ยงปลาดุกคลองบางโพธิ์

- กลุ่ม

- ผู้จำหน่ายบรรจุภัณฑ์

- เจ้าของสถานที่วางจำหน่าย

- หน่วยงานรัฐบาล มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ

- พัฒนาน้ำพริกให้มีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น

- พัฒนาน้ำพริกให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

- พัฒนาระบบธุรกิจ

- พัฒนาช่องทางการตลาดด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์

- เป็นน้ำพริกที่ผลิตตามหลักศาสนาอิสลาม(คนมุสลิมรับประทานได้)

- ใช้ปลาดุกเป็นวัตถุดิบหลักคุณภาพดีที่มีในท้องถิ่น

- น้ำพริกรสชาติอร่อย รสชาติจัดจ้าน

- มีบรรจุภัณฑ์หลายหลากขนาด เหมาะซื้อเป็นของฝากและรับประทานทั่วไป

- มีฉลากโภชนาการ

Key

Valu

#### 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

#### 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,000

#### 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มสัมมาชีพชุมชนผู้เลี้ยงปลาดุกคลองบางโพธิ์

**ออนไลน์ :** VRU U2T / VRU Marketplace / Tik Tok: อาชีวะ Zamani

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ



รูปก่อน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.คูขวาง อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ** : อาหารเสริมพืช ตราทองคำ คูขวาง

**รายละเอียด** : อาหารเสริมพืชและปรับปรุงคุณภาพดินด้วยธาตุอาหารบางชนิดจากวัตถุดิบเหลือทิ้งทางการเกษตร (ฟางข้าว)

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

เทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิตการเกษตร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา** : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาสูตรอาหารเสริมพืชจากฟาง

การใช้เทคโนโลยีตลาดออนไลน์

-

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

Business model canvas "ปุ๋ยอินทรีย์ ตราทองคำ"

**Key Partners**

- แหล่งวัตถุดิบ (ฟางข้าว)

- กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ต.คูขวาง

- หน่วยงานภาครัฐ และมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

**Key Activities**

- พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

- พัฒนารูปแบบการค้าในช่องทางการตลาดด้วยแพลตฟอร์มออนไลน์

**Value propositions**

- อาหารเสริมพืชและปรับปรุงคุณภาพดินด้วยธาตุอาหารบางชนิดจากวัตถุดิบเหลือทิ้งทางการเกษตร (ฟางข้าว)

- พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อตอบสนองลูกค้าเกษตรกรหรือผู้รักต้นไม้ที่ต้องการใช้ในปริมาณค่อนข้างมาก

- ตราสินค้าใช้ข้อความที่กล่าวถึงวัตถุดิบที่ได้จากท้องถิ่นเป็นการนำวัตถุดิบเหลือทิ้งทางการเกษตรมาใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจหมุนเวียน

- การโปรโมทผ่านช่องทางออนไลน์และ social media

- กลุ่มผู้ประกอบการเป็นคนในชุมชนและเป็นที่รู้จักกับผู้ใช้สินค้าส่วนใหญ่ในพื้นที่

Customer Relati

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 700

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์** : ร้านค้าชุมชนหมู่ 5 ตำบลคูขวาง

**ออนไลน์** : VRU U2T / VRU Marketplace / Tik Tok: อาเซีย: Zamani

**ความพร้อมออกสู่ตลาด** : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ่อเงิน อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี



บัญชี

7 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ำมันหอมระเหยมะกรูด (ลองดม Long Dom)

**รายละเอียด :** น้ำมันหอมระเหยมะกรูดบ่อเงิน ใช้มะกรูดที่ปลอดสารเคมี ประโยชน์ในเรื่องของการช่วยแก้อาการหน้ามืด เป็นลม นอกจากจะวางขายตามตลาดชุมชนและร้านค้าทั่วไปแล้ว ยังสามารถทำเป็นของขวัญงานศพ แนวทางการพัฒนา คือ การสกัดน้ำมันหอมระเหยด้วยวิธีกลั่น บรรจุภัณฑ์

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการบริการ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

นวัตกรรมเครื่องสกัดเย็นน้ำมันหอมระเหยจากผิวมะกรูด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "น้ำมันหอมระเหยมะกรูด (ลองดม Long Dom)"

Key partners

- ผู้ปลูกมะกรูดในชุมชน
- ผู้จำหน่ายบรรจุภัณฑ์
- VRU Market place
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน
- โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ่อเงิน
- สถานีอนามัยเฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษา นวมิตราชนัน บ่อเงิน จังหวัดปทุมธานี
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอลาดหลุมแก้ว

Key Activities

- นำมะกรูดมาผ่านกระบวนการเพื่อให้ได้น้ำมันหอมระเหย

Key Resources

- มะกรูด
- ภูมิปัญญาชาวบ้าน
- Values Propositions
- ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ
- สะดวก พกพาง่าย

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ศูนย์การเรียนรู้อันเนื่องมาจากพระราชดำริระดับอำเภอต้นแบบบ้านคลองแยก

หมู่ 6 ตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

**ออนไลน์ :** U2T มีดีตำบลบ่อเงิน

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ่อเงิน อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี



บัญชี

7 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ดินอวกาศ

รายละเอียด : SmartSoilเป็นดินปลูกคุณภาพสูงที่มีส่วนผสมของผักตบชวาที่เป็นปัญหาในคลองของตำบลบ่อเงิน อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี ดินมีความโปร่ง ร่วนซุย เหมาะสำหรับการปลูกพืชทุกชนิด

## 02 : เป้าหมาย

เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาสูตรดินปลูกคุณภาพสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดและน่าสนใจ

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "Smart Soil ดินปลูกจากผักตบ (ดินอวกาศ)" Key partners - ศูนย์การเรียนรู้บ่อเงิน - องค์การบริหารส่วนตำบลบ่อเงิน - สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอลาดหลุมแก้ว - สำนักงานเกษตรอำเภอลาดหลุมแก้ว - โรงเรียนสุนทรโรตมตาประชาสรรค์ Key Activities - หมักดิน - ตากแดด - บรรจุถุง Key Resources - ผักตบชวา - แกลบ - ชีวูว - ภูมิปัญญาชาวบ้าน Values Propositions - ดินมีคุณภาพดี - ผลผลิตเจริญเติบโตไว - พร้อมปลูก - น้ำหนักเบา Customer Relationships - มีโฆษณาทางออนไลน์ - ขายดินที่มีคุณภาพ Channels - ออนไลน์ - ห้างสรรพสินค้า - VRU Market place - ปิ่นฟ้าฟาร์ม Customer Segments - ชาวไร่และชาวนา - กลุ่มคนที่ชอบปลูกต้นไม้ Cost structure - ค่าใช้จ่ายคงที่ : ค่าวัตถุดิบ ค่าบรรจุภัณฑ์ - ค่าใช้จ่ายแปรผัน : ค่าขนส่ง ค่าบริหารจัดการ Revenue Streams - จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดินอวกาศ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ศูนย์การเรียนรู้บ่อเงินเนื่องจากพระราชดำริระดับอำเภอต้นแบบบ้านคลองแยก

หมู่ 6 ตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี

ออนไลน์ : U2T มีดีตำบลบ่อเงิน

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ระแหง อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## O1 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ไข่เค็มบ้านระแหง (สูตรไข่เค็มเต้า)

**รายละเอียด :** การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไข่เค็มบ้านระแหงสูตรไข่เค็มเต้าเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่รักสุขภาพการผลิตไข่เค็มสูตรไข่เค็มเต้า ที่นำวัตถุดิบในพื้นที่ตำบลระแหง และใช้เกลือโปแตสเซียมมาเป็นส่วนผสมในการหมักไข่เค็มร่วมกับเกลือไข่เค็ม ทำให้ได้ไข่เค็มเพื่อสุขภาพที่สามารถลดการเกิดโรคจากการบริโภค พร้อมกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ดูน่ารับประทาน โดยมีเป้าหมายการจำหน่ายให้กับบุคคลทั่วไปและกลุ่มที่รักสุขภาพ

## O2 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์

## O3 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## O4 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มระแหง

เทคนิคการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## O5 : แผนธุรกิจ

Key Partners - เกษตรกรเลี้ยงเป็ด ผู้ขายบรรจุภัณฑ์ U2T for BCG เทศบาลตำบลระแหง และ อบต.ระแหง Key Activity - คิดค้น พัฒนา สร้างเอกลักษณ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงส่งเสริมการตลาด Key Resources - เงินทุนและวัตถุดิบในการผลิต สินค้า และสูตรไข่เค็มบ้านระแหง (สูตรไข่เค็มเต้า) Value Propositions - สินค้าคุณภาพดี อร่อย ราคาไม่แพง สามารถซื้อได้หลายช่องทาง และเป็นผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ Customer Relationships - ตัวสินค้าบรรจุภัณฑ์ การตลาดออนไลน์ และร้านค้าในชุมชน Channels - ขายผ่านหน้าร้าน และร้านค้าในชุมชน Customer Segments - กลุ่มลูกค้าที่มีปัญหาเรื่อง สุขภาพ และกลุ่มลูกค้าทั่วไป Cost Structure - ค่าวัตถุดิบในการผลิตไข่เค็มสูตรไข่เค็มเต้า Revenue Streams - รายได้จากการขายไข่เค็มสูตรไข่เค็มเต้า

## O6 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## O7 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,470

## O8 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ไข่เค็ม ปลาบิลแดดเดียว ตำบลระแหง จังหวัดปทุมธานี

**ออนไลน์ :** ไข่เค็ม ปลาบิลแดดเดียว ตำบลระแหง จังหวัดปทุมธานี

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ระแหง อ.ลาดหลุมแก้ว จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ชุดน้ำพริกปลาทอดโร้ก้าง

**รายละเอียด :** การผลิตปลาฉี่แดดเดียวโร้ก้าง นำปลาฉี่แดดเดียวมาหั่นเป็นชิ้นพอดีคำ แล้วทอดให้สุกบรรจุร่วมกับน้ำพริกและผัก และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะอาด และถูกสุขอนามัยซึ่งสามารถเปิดออกมารับประทานได้ทันที และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการในหนึ่งครั้ง เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีต้องการรับประทานทันที

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุดน้ำพริกปลาทอดโร้ก้าง

เทคนิคการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

-

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



**รูปหลัง**



## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners – เกษตรกรเลี้ยงปลา ผู้ขายบรรจุภัณฑ์ U2T for BCG เทศบาลตำบลระแหง และ อบต ระแหง Key Activity – คิดค้น พัฒนา สร้างเอกลักษณ์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงส่งเสริมการตลาด Key Resources – เงินทุนและวัตถุดิบในการผลิต สินค้า และสูตรน้ำพริกปลาทอดโร้ก้าง Value Propositions – สินค้าคุณภาพดี อร่อยมีความ สะดวกพร้อมรับประทาน ราคาไม่แพง สามารถซื้อได้หลายช่องทาง Customer Relationships – ตัวสินค้าบรรจุภัณฑ์ การตลาดออนไลน์ และร้านค้าในชุมชน Channels – ขายผ่านหน้าร้าน การตลาดออนไลน์ และร้านค้าในชุมชน Customer Segments – กลุ่มลูกค้า ที่มีความต้องการรับประทานน้ำพริกปลาทอด ผัก แต่ไม่มีสถานที่ปรุงอาหารที่ต้องใช้เวลาแรง ถ้วน และกลุ่มลูกค้าทั่วไป Cost Structure – ค่าวัตถุดิบในการผลิตน้ำพริกปลาทอดโร้ก้าง ค่า บรรจุภัณฑ์ และค่าการตลาดและโฆษณา Revenue Streams – รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ น้ำพริกปลาทอดโร้ก้าง

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,575

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ไข่เค็ม ปลาฉี่แดดเดียว ตำบลระแหง จังหวัดปทุมธานี

**ออนไลน์ :** ไข่เค็ม ปลาฉี่แดดเดียว ตำบลระแหง จังหวัดปทุมธานี

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.กระแซง อ.สามโคก จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ข้าวจี๋อินเตอร์

**รายละเอียด :** ข้าวจี๋ที่ได้รับการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการนำวัตถุดิบจากชุมชนมาใช้ (ไข่ไก่ สุนัข) กับเพิ่มรสชาติด้วยผงปรุงรส

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ไข่ไก่สดใหม่ และผลิตเป็นข้าวจี๋อินเตอร์เพื่อเพิ่มมูลค่า  
การใช้เว็บไซต์ “ตลาด กระแซง” เพื่อการประชาสัมพันธ์  
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

- พันธมิตร: มรภ.วไลยอลงกรณ์ Shopee ร้านค้าในชุมชน ตลาดในชุมชน
- กิจกรรมหลัก: ซื้อไข่ไก่สดใหม่จากชุมชน ทำข้าวจี๋ ขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ แพลตฟอร์ม Shopee
- คุณค่าสินค้า/บริการ: ข้าวจี๋ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ในชุมชนไข่ไก่สดใหม่ สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการเพิ่มรสชาติต่างๆ จากผงปรุงรส
- ความสัมพันธ์กับลูกค้า: ประชาสัมพันธ์ในชุมชน เพจ Facebook คลาวด์ กระแซง Line Official คลาวด์ กระแซง
- กลุ่มลูกค้า: กลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน กลุ่มคนที่ชอบอาหารท้องถิ่น
- ทรัพยากรหลัก: ไข่ไก่สดใหม่ วัตถุดิบสำหรับทำข้าวจี๋ วัตถุดิบสำหรับปรุงรสรสชาติต่างๆ บรรจุภัณฑ์
- ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า: Online แพลตฟอร์มการซื้อขายออนไลน์ เพจ Facebook คลาวด์ กระแซง
- Onsite ในโรงเรียนตลาดในชุมชน ร้านค้าในชุมชน
- โครงสร้างต้นทุน: วัตถุดิบในการทำข้าวจี๋ ประชาสัมพันธ์สินค้า ต้นทุนในการผลิตสินค้า เช่น ค่าเช่า ค่าไฟ
- รายได้หลัก: การขายสินค้าข้าวจี๋อินเตอร์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

- คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น
- เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ
- สร้างความรู้ให้ชุมชน
- สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนตำบลกระแซง

**ออนไลน์ :** คลาวด์ กระแซง

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง









มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.คลองควาย อ.สามโคก จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ขนมไทย ตำบลคลองควาย

**รายละเอียด :** ขนมไทย ได้แก่ ทอหยอด เน็ดขุ่น และพวยทอง เน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชน เช่น ไข่เป็ด มะพร้าว มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ขั้นตอนการผลิตสะอาด ใช้วัตถุดิบสดใหม่ เลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่มีในชุมชน ขนาดพอดีคำ

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนารรจกัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เทคโนโลยีการตลาดออนไลน์ ในการโปรโมทสินค้าและจัดจำหน่ายขนมไทยผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook

การใช้ส่วนผสมสดใหม่ในขนมไทยทำให้มีขนมไทยมีความหอมหวาน สด สะอาด รสชาติแตกต่างจากขนมไทยทั่วไปในท้องตลาดแบบเดิม

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partners**

- กลุ่มสมาชิกชุมชนตำบลคลองควาย
- เกษตรกรผู้เลี้ยงไข่เป็ดในพื้นที่ตำบลคลองควาย

**Key Activities**

- ออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดและสื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน
- เพิ่มหน้าร้านและจุดวางจำหน่าย
- สร้างช่องทางการรับรู้บนสื่อ social media และประชาสัมพันธ์จุดเด่นของขนมไทย

**Key Resources**

- กลุ่มผู้ผลิตและความเชี่ยวชาญ
- สูตรขนมไทย
- วัตถุดิบหลัก: ไข่เป็ด
- วัตถุดิบรอง: น้ำตาลทราย ถั่วเขียวเลาะเปลือก
- แหล่งผลิตขนมไทย

**Value Propositions**

- ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์
- รสชาติหอมหวานที่เป็นเอกลักษณ์ของขนมไทย
- ความใส่ใจในความสะอาดและคุณภาพของขนมไทย

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 9,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ขนมไทยตำบลคลองควาย

**ออนไลน์ :** ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลคลองควาย

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.คลองควาย อ.สามโคก จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ำมันไพล ตำบลคลองควาย

**รายละเอียด :** น้ำมันไพล ตำบลคลองควาย ผลิตภัณฑ์หลักที่มีในชุมชน สามารถบรรเทาอาการปวดเมื่อย การอักเสบของเอ็น กล้ามเนื้อและข้อต่อได้ดี ขวดเล็ก พกพาสะดวก ใช้งานง่าย มีทั้งแบบลูกกลิ้งและแบบสเปรย์ ผลิตภัณฑ์ที่ปลูกด้วยระยะเวลาที่เหมาะสม

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เทคโนโลยีการตลาดออนไลน์ ในการโปรโมทสินค้าและจัดจำหน่ายน้ำมันไพลผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook

พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์รักษ์สิ่งแวดล้อม

เทคนิคการสกัดร้อน

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



## 05 : แผนธุรกิจ

1.Key Partners พันธมิตรหลัก : ประชาชนในตำบลคลองควาย กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) มรภ.วไลยอลงกรณ์  
2.Key Activitiesกิจกรรมหลัก : ออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดและสื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน สร้างจุดวางจำหน่าย สร้างช่องทางการรับรับสื่อ Social media  
3.Value Proposition คุณค่า : สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ ความพิถีพิถันในคุณภาพและกระบวนการผลิตน้ำมันไพล ส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชน

4.Customer Relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า: การโปรโมทผ่านสื่อ social media ให้เป็นที่รู้จัก การบอกเล่าปากต่อปาก กลุ่มผู้ผลิตเป็นที่รู้จักของคนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง รักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์

5.Customer Segments ลูกค้า: คนในวัยทำงานที่มีอาการปวดเมื่อยจากการทำงาน ผู้สูงอายุที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สมุนไพร กลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายของฝาก

6.Key Resources ทรัพยากรหลัก: กลุ่มผู้ผลิตและความเชี่ยวชาญ สัดส่วนที่เหมาะสมของสมุนไพรและสัดส่วนประกอบต่างๆ วัตถุดิบหลัก ไพลสด และอุปกรณ์ซึ่งตรงมาตรฐาน

7. Channels ช่องทาง: ร้านค้าในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง ช่องทางออนไลน์ (Facebook line official)

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,180

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าสวัสดิการอบต.คลองควาย

**ออนไลน์ :** ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลคลองควาย

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

**รูปหลัง**







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.เชียงรากน้อย อ.สามโคก จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กระยาสารทราเมัญ

**รายละเอียด :** การเพิ่มสูตรเป็นขนมทางเลือกสำหรับเด็ก และวัยรุ่น โดยการนำเอาช็อคโกแลต ชาเขียว และมาสมอลใส่เข้ามาเป็นส่วนผสมของขนม ให้มีรสชาติที่อร่อย ถูกใจ และมีการปรับบรรจุภัณฑ์ให้เป็นกล่องบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ภายในกล่องแบ่งเป็นชั้นพอดีคำ

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เทคโนโลยีการตลาดออนไลน์ ในการโปรโมทสินค้าและจัดจำหน่ายกระยาสารทผ่าน

ทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook

พัฒนาบรรจุภัณฑ์

พัฒนาสูตรกระยาสารทราเมัญ

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



## 05 : แผนธุรกิจ

1.Key Partnersพันธมิตรหลัก : คนในพื้นที่ตำบลเชียงรากน้อยผู้ร่วมผลิตและพัฒนากระยาสารท ร้านขายวัตถุดิบในการทำกระยาสารท ตลาดในชุมชน ตลาดวัฒนธรรมไทย-รามัญ บ้านศาลาแดงเหนือ ร้านคาเฟ่ที่ร่วมจำหน่ายกระยาสารท VRU Market Place หน่วยงานภาครัฐ เช่น อบต.เชียงรากน้อย โรงเรียนสามโคก วัดศาลาแดงเหนือ  
2.Key Activitiesกิจกรรมหลัก : การคัดเลือกวัตถุดิบในการทำกระยาสารท การออกแบบ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายกระยาสารทตามช่องทางที่กำหนดไว้  
3.Value Proposition คุณค่า : กระยาสารทมีรสชาติอร่อยแปลกใหม่ลูกค้าซื้อแล้วกลับมาซื้อซ้ำ  
บรรจุภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัยกับยุคปัจจุบันผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นเหมาะกับการใช้เป็นของฝาก  
บรรจุภัณฑ์ที่ถูกออกแบบให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กระยาสารท ถูกออกแบบเป็นชั้นและใส่ในบรรจุภัณฑ์ที่ทานง่าย สะดวกมากขึ้น สินค้ากระยาสารทราเมัญสร้างคุณค่าทางด้านจิตใจ และเศรษฐกิจให้กับคนในชุมชน  
4.Customer Relationships ความสัมพันธ์กับลูกค้า: การจัดทำโปรโมชันให้กับลูกค้าเก่าและใหม่  
การส่งข้อมูลและการประชาสัมพันธ์การจัดโปรโมชันให้กับลูกค้าเก่าได้ทราบก่อน การให้บริการลูกค้าด้วยตัวเอง

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,400

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ตลาดวัฒนธรรมชุมชนตำบลเชียงรากน้อย

**ออนไลน์ :** ของดีและวัฒนธรรมเชียงรากน้อย

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

**รูปหลัง**





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.เชียงรากน้อย อ.สามโคก จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ฝ้ามอญรักขัณฑ์ท้องถิ่น

**รายละเอียด :** ฝ้ามอญรักขัณฑ์ท้องถิ่น แร่งบันดาลใจจากสไบมอญผ้าปักเอนกประสงค์ย้อมสีธรรมชาติ ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ จากวัตถุดิบในชุมชน สามารถทำเป็น สไบมอญ ผ้าพันคอ ใช้สำหรับประดับตกแต่งเสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องแต่งกาย โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจาก สไบมอญ ปักมือ

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เทคโนโลยีการตลาดออนไลน์ ในการโปรโมทสินค้าและจัดจำหน่ายกระยาสารผ่าน

ทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook

วาดออกแบบลวดลายบนผืนผ้าสไบมอญ

เทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

1.Key Partnersพันธมิตรหลัก : อบต.เชียงรากน้อย กลุ่มลูกค้าประจำ นักท่องเที่ยวในชุมชน ตลาดวัฒนธรรมไทย-รามัญ บ้านศาลาแดงเหนือ ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ VRU Market Place  
2. Key Activitiesกิจกรรมหลัก: ฝ้ามอญปักมือด้วยลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ย้อมสีธรรมชาติ

ออกแบบลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เศษผ้าจากการทำสไบมอญสามารถนำมาพัฒนาเป็นเครื่องงาน แก้ว ผ้าผูกคอ และหมวกผ้า การออกแบบ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ : การจำหน่ายตามช่องทางที่กำหนดไว้

3.Value Propositionsคุณค่า : มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น ได้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชน

ใช้สีย้อมผ้าสไบจากธรรมชาติรักโลก ผลิตภัณฑ์ที่แบ่งออกเอกลักษณ์ของชาวมอญ

ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบ ที่ทันสมัย ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และมีคุณค่าทางใจของคนในชุมชน

4.Customer Relationshipsความสัมพันธ์กับลูกค้า : มีส่วนลดการค้าตามเทศกาล มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม น่าสนใจ และทันสมัย การให้ บริการของพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดี มีป้ายราคาแสดงชัดเจนเหมาะสม ป้ายชื่อร้านสะดุดตาน่าสนใจ หน้าปกเพจสวยสะดุดตา น่าสนใจเลือกซื้อ

5.Customer Segmentsลูกค้า : ผู้หญิงวัยทำงานอายุ 25-60 ปี พนักงานราชการในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ตลาดวัฒนธรรมชุมชนตำบลเชียงรากน้อย

**ออนไลน์ :** ของดีและวัฒนธรรมตำบลเชียงรากน้อย

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ท้ายเกาะ อ.สามโคก จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : วัฒนธรรมป๊อป

รายละเอียด : วัฒนธรรมป๊อป เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาสร้างเป็นสินค้าชุมชนเพื่อชุมชน สร้างรายได้หมุนเวียนให้กับกลุ่มชุมชนในตำบลท้ายเกาะ

## 02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ออกแบบพิมพ์เฉพาะแบบพิเศษ ทรงกลม ที่สามารถดัดน้ำมะพร้าวเข้าไปได้ มีสลักข้างใน

ตรงกลาง เพื่อสำหรับใส่น้ำมะพร้าว

บรรจุน้ำมะพร้าวน้ำหอมสด แก้ว 100%

ออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะแบบพิเศษ สำหรับใส่วัฒนธรรมป๊อป

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

Key partners

(ผู้ร่วมงานหลัก)

- กลุ่มชาวบ้าน
- สภาองค์กรชุมชนท้ายเกาะ
- กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
- โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

Key Activities

(กิจกรรมหลักช่วยขับเคลื่อนธุรกิจ)

- การผลิต ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม
- การตลาด (ติดต่อลูกค้า สื่อต่างๆ)
- กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
- โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

Key Resources

(ทรัพยากรหลักของธุรกิจ)

- มะพร้าวน้ำหอม
- แรงงาน
- สารสนเทศ (infographic video สื่อต่างๆ)

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 45,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านวัฒนธรรมป๊อป คุณธี

ออนไลน์ : วัฒนธรรมป๊อป ต.ท้ายเกาะ

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ก้ายเกาะ อ.สามโคก จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ำปลาหวานกะปิผด

**รายละเอียด :** น้ำปลาหวานกะปิผด เป็นการต่อยอดโดยการเอากะปิผดมาทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งกะปิผดเป็นภูมิปัญญาของชาวมอญที่ทำมาเป็นเวลานาน มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์นำมาแปรรูปให้มีความน่าสนใจ ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่าย

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ปรับปรุงสูตรน้ำปลาหวานกะปิผดให้รสชาติโดดเด่น อร่อย

ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยการปรับปรุงภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม

งานดูกันสมัยได้มาตรฐาน สะดวกในการเปิดทาน และเก็บรักษาได้นาน

-

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



## 05 : แผนธุรกิจ

**Key partners**

(ผู้ร่วมงานหลัก)

- กลุ่มชาวบ้าน
- สภาองค์กรชุมชนก้ายเกาะ
- กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี
- โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP)

**Key Activities**

(กิจกรรมหลักช่วยขับเคลื่อนธุรกิจ)

- การผลิตน้ำปลาหวานกะปิผด - การตลาด (ติดต่อลูกค้า สื่อต่าง ๆ) - การสร้างเครือข่าย

- การบริหารจัดการข้อมูล

- การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**Key Resources**

(ทรัพยากรหลักของธุรกิจ)

- กะปิผด
- น้ำตาลปีบ
- แรงงาน
- เงินทุน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

**จำนวนรายได้ :** 5,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านชุมชนชายชัย ก้ายเกาะ

**ออนไลน์ :** วัณมะพร้าวกระเทียม ต.ก้ายเกาะ

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

**รูปหลัง**







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บึงกาฬ อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ข้าวหอมปทุมยุคใหม่

**รายละเอียด :** การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมปทุมยุคใหม่บึงกาฬได้มีการรวมกลุ่มพัฒนาโดยกลุ่มเกษตรกรทำนาแปลงใหญ่ร่วมกับหมู่บ้านในตำบลในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหอมปทุมยุคใหม่บึงกาฬ ได้มีการรวมกลุ่มพัฒนาโดยกลุ่มเกษตรกรทำนาแปลงใหญ่ร่วมกับหมู่บ้านในตำบลในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย เพื่อให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่รองรับกับกลุ่มลูกค้าผ่านตลาดในรูปแบบออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์

## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners - 1.U2T for BCG และประชาชนในชุมชน 2.องค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาฬ  
Key Activities (Action) - 1.การคิดค้น บรรจุภัณฑ์และการจัดเก็บไว้ให้นานด้วยเครื่องสุญญากาศ 2.การเปิดตลาดขายออนไลน์และหน้าร้าน ระบบซื้อขายขายคล่อง 3.การควบคุมความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ เช่น แฉง/ฝุ่น/ดิน Key Resource - 1.โลโก้ผลิตภัณฑ์แบบใหม่ 2.บรรจุภัณฑ์ที่แน่นหนา ความชื้นที่เข้ายากเพื่อไม่ให้ราขึ้นได้ง่าย 3.กระบวนการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด Value Propositions - 1.สินค้าต้องได้มาตรฐาน 2.สินค้าต้องสะอาด/คุณภาพดี/คัดสรรอย่างดี 3.หาซื้อได้ง่าย Customer Relationships - 1.ตัวสินค้า 2.บรรจุภัณฑ์ 3.การตลาดออนไลน์ 4.ร้านค้าในชุมชน Channels - 1.LINE/Facebook 2.ร้านค้าชุมชน 3.แอปค้าขายออนไลน์ ชื่อปี / ลาชาดำ Customer Segment - 1.กลุ่มลูกค้าที่บริโภคทุกวัย Cost Structure - 1.ต้นทุนในการผลิต 2.ต้นทุนในการกระจายข่าวสารการพัฒนาสินค้า Revenue Structure - 1.รายได้จากการลงทุนในการผลิต 2.รายได้จากช่องทางออนไลน์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าข้าวหอมปทุมยุคใหม่

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

-

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,560

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** บ้านแสนสุขสภักดี

**ออนไลน์ :** บ้านแสนสุขสภักดี

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บึงกาสาม อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** มะม่วงแช่อิ่มบึงกาสาม

**รายละเอียด :** พัฒนาบรรจุภัณฑ์มะม่วงแช่อิ่มบึงกาสามเป็นสไลด์ญี่ปุ่นซึ่งออกแบบให้สามารถใช้เป็นของฝากได้โดยระดับความทันสมัยของตัวผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะม่วงแช่อิ่มบึงกาสาม จะเป็นสไลด์ญี่ปุ่นซึ่งออกแบบให้สามารถใช้เป็นของฝากได้โดยระดับความทันสมัย เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย และตอบโจทยกลุ่มเป้าหมายการตลาดในรูปแบบช่องทางออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้ามะม่วงแช่อิ่มบึงกาสาม

เทคนิคการยืดอายุมะม่วงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners - 1.U2T for BCG และประชาชนในชุมชน 2.องค์การบริหารส่วนตำบลบึงกาสาม  
Key Activities (Action) - 1.การคิดค้น บรรจุภัณฑ์และการจัดเก็บไว้ให้นานด้วยเครื่องสุญญากาศ 2.การเปิดตลาดขายออนไลน์และหน้าร้าน ระบบซื้อขายง่ายคล่อง 3.การควบคุมความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ เช่น แฉง/ฝุ่น/ดิน Key Resource - 1.โลโก้ผลิตภัณฑ์แบบใหม่ที่ทันสมัย 2.บรรจุภัณฑ์ที่แน่นหนา เพื่อรักษาอายุสินค้า Value Propositions - 1.สินค้าต้องได้มาตรฐาน 2.สินค้าต้องสะอาด/คุณภาพดี/คัดสรรอย่างดี 3.หาซื้อได้ง่าย Customer Relationships - 1.ตัวสินค้า 2.บรรจุภัณฑ์ 3.การตลาดออนไลน์ 4.ร้านค้าในชุมชน 5.ตัวแทนจำหน่าย Channels - 1.LINE/Facebook 2.ร้านค้าชุมชน 3.แอปค้าขายออนไลน์ ซือปปี้ / ลาชา ถ้า Customer Segment - 1.กลุ่มลูกค้าที่บริโภคมะม่วงแช่อิ่ม 2.กลุ่มลูกค้าที่ซื้อไปเป็นของฝาก Cost Structure - 1.ต้นทุนในการผลิต 2.ต้นทุนในการกระจายข่าวสารการพัฒนาสินค้า Revenue Structure - 1.รายได้จากการลงทุนในการผลิต 2.รายได้จากช่องทางออนไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** มะม่วงแช่อิ่มบ้านคชสาร

**ออนไลน์ :** มะม่วงแช่อิ่มบ้านคชสาร

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บึงชำอ้อ อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ำส้มเกล็ดหิมะล้านนา

**รายละเอียด :** ผลิตจากส้มเขียวหวานสายพันธุ์ดี รสชาติหวานอมเปรี้ยวเล็กน้อย คั้นสดจากส้มเขียวหวาน เนื้อเกล็ดน้ำแข็ง มีวิตามินซีสูง ดื่มแล้วรู้สึกสดชื่น ปริมาณ 250 ml ต่อแก้ว

## 05 : แผนธุรกิจ

การดำเนินงานเน้นผลิตในรูปแบบอาหารปลอดภัย โดยใช้ส้มเขียวหวานในชุมชนเป็นวัตถุดิบหลัก ดำเนินการพัฒนารูทกิจโดยยึดตามหลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) นำข้อมูลสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นผลิตเกล็ดน้ำส้มหิมะที่มีวิตามินซีสูง นำเสนอให้มีความทันสมัย บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 02 : เป้าหมาย

### อาหารปลอดภัย

เทคโนโลยีการแปรรูปผลผลิตการเกษตร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนารูทกิจ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 28,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ตลาดสินค้าเกษตรหมู่ที่ 8 ตำบลบึงชำอ้อ, ร้าน Lanna Cafe หมู่ที่ 9

**ออนไลน์ :** VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าใหม่

เทคนิคการจัดยัดอายุการเก็บและการขนส่ง

### รูปสินค้า/บริการ

### รูปก่อน



### รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บึงชำอ้อ อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กล้วยฉาบ “แม่หนูแดง”

**รายละเอียด :** ผลิตจากกล้วยอินทรีย์คุณภาพดี 100% หั่นบาง ทำให้มีความกรอบน่ารับประทาน มี 3 รสชาติ คือ รสปลาปึก รสหวาน และรสเค็ม มีปริมาณ 100 กรัมต่อถุง

## 05 : แผนธุรกิจ

การดำเนินงานเน้นผลิตในรูปแบบอาหารปลอดภัย โดยใช้กล้วยน้ำหว้าในชุมชนเป็นวัตถุดิบหลัก ดำเนินการพัฒนารูทกิจโดยยึดตามหลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) นำข้อมูลสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นผลิตกล้วยฉาบจากกล้วยปลอดสารเคมี นำเสนอให้มีความทันสมัย บรรลุเกณฑ์ที่ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนารูทกิจ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 14,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชน หมู่ที่ 4 ตำบลบึงชำอ้อ, ตลาดสินค้าเกษตรหมู่ที่ 8 ตำบลบึงชำอ้อ

**ออนไลน์ :** VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการแปรรูปกล้วยฉาบให้มีรสชาติหลากหลาย

การพัฒนารูทกิจและตราสินค้าใหม่

นวัตกรรมเครื่องหั่นกล้วยเพื่อทำให้สินค้ามีคุณภาพ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ศาลาครุ อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** เห็ดทอดสามกรอบ

**รายละเอียด :** พัฒนาระบบธุรกิจที่เห็ดทอดสามกรอบศาลาครุ ซึ่งเป็นเห็ดสามชนิดมาทอดรวมกัน ได้แก่ เห็ดนางฟ้าภูฐาน เห็ดขอน เห็ดนางฟ้าฮังการี จากนั้นนำมาบรรจุในผลิตภัณฑ์ และติดตราสัญลักษณ์ศาลาครุที่ได้พัฒนาขึ้น

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาระบบธุรกิจ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการออกแบบตราสินค้าที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners – กลุ่มสตรีประจำตำบล อบต.ศาลาครุ สำนักงานพัฒนาชุมชน และ อว.จ้างงานในพื้นที่ตำบลศาลาครุ Key Activities – การพัฒนาผลิตภัณฑ์เห็ดทอดสามกรอบให้จัดเก็บได้นาน มีคุณภาพ การพัฒนาระบบธุรกิจที่เห็ดทอดสามกรอบให้เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น และการพัฒนาช่องทางการตลาดเพิ่มเติม Key Resources – ตราสินค้าเห็ดทอดสามกรอบตำบลศาลาครุ และกลุ่มชาวบ้านตำบลศาลาครุที่ร่วมผลิตสินค้าเห็ดทอดสามกรอบ Value Propositions – สินค้าอยู่ได้นาน รสชาติคงเดิม มีหลายขนาดราคา บรรจุภัณฑ์ที่เห็ดทอดสามกรอบสวยงาม น่าซื้อ และมีช่องทางการขายที่หลากหลาย ได้แก่ เพจร้านขายในชุมชน Customer Relationships – คุณภาพสินค้า ร้านค้าในชุมชน สื่อออนไลน์ และเพจร้านค้า และการจัดส่งสินค้าในที่ต่าง ๆ Channels – เพจ ร้านค้าในชุมชน และ VRU Marketplace Customer Segment – กลุ่มผู้รักสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้บริหารจากนอกชุมชน และในชุมชน Cost Structure – วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และการขนส่ง

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** U2T ตำบลศาลาครุ By VRU

**ออนไลน์ :** U2T ตำบลศาลาครุ By VRU

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ศาลาครุ อ.หนองเสือ จ.ปทุมธานี



บัณฑิต

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** แพนมเห็ดสามสหายศาลาครุ

**รายละเอียด :** พัฒนาบรรจุภัณฑ์แพนมเห็ดของคนในชุมชนเพื่อถนอมอาหารและแปรรูปเป็นสินค้าที่หลากหลายการดำเนินงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์แพนมเห็ดของคนในชุมชนเพื่อถนอมอาหาร สามารถเก็บไว้ได้ในตู้เย็นถึง 7 วัน และสามารถสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนและเป้าหมายการตลาดคือกลุ่มผู้บริโภคที่มาก่อเกี่ยวในตัวศาลาครุ

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการออกแบบตราสินค้าที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

เทคนิคการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

-

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



**รูปหลัง**



## 05 : แผนธุรกิจ

Key partners – กลุ่มสตรีประจำตำบล อบต.ศาลาครุ สำนักงานพัฒนาชุมชน อว.ทำงานในพื้นที่ตำบลศาลาครุ Key Activities – การพัฒนาผลิตภัณฑ์แพนมเห็ดสามสหายศาลาครุให้จัดเก็บได้นาน มีคุณภาพ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แพนมเห็ดสามสหายศาลาครุให้เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น และการพัฒนาช่องทางการตลาดเพิ่มเติม Key Resource – ตราสินค้า ตำบลศาลาครุ และกลุ่มชาวบ้านตำบลศาลาครุที่ร่วมผลิตสินค้า Value Propositions – สินค้าแพนมเห็ดสามสหายศาลาครุอยู่ได้นานรสชาติคงเดิม มีหลายขนาดราคา บรรจุภัณฑ์สวยงาม น่าซื้อ และมีช่องทางการขายที่หลากหลาย ได้แก่ เพจ ร้านขายในชุมชน Customer Relationships – คุณภาพสินค้า ร้านค้าในชุมชน สื่อออนไลน์ เพจร้านค้า และการจัดแสดงสินค้าในที่ต่าง ๆ Channels – เพจ ร้านค้าในชุมชน และ VRU Marketplace Customer Segment – กลุ่มผู้รักสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้บริโภคจากนอกชุมชน และในชุมชน Key Resource – ตราสินค้า ตำบลศาลาครุ และกลุ่มชาวบ้านตำบลศาลาครุที่ร่วมผลิตสินค้า Channels – เพจ ร้านค้าในชุมชน และ VRU Marketplace

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** U2T ตำบลศาลาครุ By VRU

**ออนไลน์ :** U2T ตำบลศาลาครุ By VRU

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.วังพัฒนา อ.บางช้าง จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผ้าคลุมให้นมบุตร

**รายละเอียด :** ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมให้นมบุตรของตำบลวังพัฒนาได้รับการพัฒนาในรูปแบบ โดยเน้นความสะดวกในการพกพาและเพิ่มประโยชน์การใช้สอย ให้เป็นรูปแบบ three in one คือ เป็นได้ทั้งผ้าคลุมให้นมบุตร ผ้าปูรองตัวเด็ก และ ผ้าห่อตัวเด็ก เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดย นำลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบลวังพัฒนามาใช้

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด  
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง  
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้การออกแบบลายผ้าที่เป็นอัตลักษณ์สำคัญของพื้นที่ตำบลวังพัฒนา  
องค์ความรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ แบบ three in one คือ เป็นได้ทั้งผ้าคลุมให้นมบุตร ผ้าปูรองตัวเด็ก และ ผ้าห่อตัวเด็กเพื่อเพิ่มประโยชน์การใช้สอย  
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและพกพาง่าย

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

ผ้าคลุมให้นม ผ้าคลุมสำหรับคุณแม่เป็นสินค้าที่ต่อยอดการใช้ผ้าจากการทำกระเป๋ามาเพื่อปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยจัดทำเป็นผ้าคลุมให้นม ซึ่งเป็นอุปกรณ์จำเป็นสำหรับคุณแม่ที่อยู่ในช่วงให้นมบุตร ประโยชน์สามารถใช้คลุมในระหว่างให้นมและป้อนนม ที่ใช้เนื้อผ้ามีสัมผัสที่นุ่มสบายระบายอากาศได้ดี สามารถคลุมได้เต็มตัว ทำให้คุณแม่มั่นใจในการให้นมบุตรในทุกสถานการณ์ Key Partner ที่สำคัญ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลวังพัฒนา โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล กลุ่มสตรีเย็บผ้าในตำบลวังพัฒนา และมองคู่ค้าทางการตลาด คือ ร้านขายผ้าย่านหัวรอ อยุธยา คลินิกฝากครรภ์ ร้านค้าในโรงพยาบาล และหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ตำบลวังพัฒนา และส่งเสริมช่องทางการขายในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ เช่น Facebook Page U2Tตำบลวังพัฒนา, Instagram U2Tตำบลวังพัฒนา LineShop และ VRU Marketplace

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** Wangshop

**ออนไลน์ :** U2Tตำบลวังพัฒนา

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.วังพัฒนา อ.บางช้าง จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** สบู่โพนล้างมือ

**รายละเอียด :** สบู่โพนล้างมือ ความสะดวกในการใช้งานและพกพาได้ง่าย ในรูปแบบของขวดหัวบีบฟองโพนเนื้อละเอียด สีนํ้ามีสูตรนํ้ามะขาม น้ำผึ้ง ว่านหางจระเข้ และตะไคร้ นอกจากนี้ส่วนผสมของสบู่โพนล้างมือยังมีส่วนผสมที่เป็นออแกนิก

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด  
การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง  
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสบู่โพนล้างมือ  
เทคโนโลยีการผลิตสบู่โพนด้วยสูตรที่มีส่วนผสมออแกนิก  
เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

สบู่โพนล้างมือ เกิดจากการพัฒนาสินค้าสบู่จากสบู่แบบก้อน ให้เป็นสบู่ล้างมือแบบเนื้อโพน เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีให้เลือก 2 ขนาดประกอบด้วยขนาด 250 มล.และ 450 มล. ซึ่งเป็นสูตรที่มีกลิ่นหอมจากธรรมชาติ สามารถใช้เพื่อทำความสะอาดเพื่อลดการสะสมของแบคทีเรีย มีส่วนผสมที่เป็นออแกนิกไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผิวหนัง Key Partner ได้แก่ กลุ่มอาชีพในตำบลวังพัฒนา อบต.วังพัฒนา พัฒนาชุมชนตำบลวังพัฒนา ซึ่งเป็นสินค้าประจำบ้านที่เหมาะสมกับทุกคนในครอบครัว และสามารถทำการตลาดกับหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น เช่น อบต. หน่วยงานราชการในอำเภอ ร้านค้าในตำบล ร้านเสริมสวย โรงแรมและรีสอร์ทที่สนใจผลิตภัณฑ์ และมีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าในรูปแบบออนไลน์ เช่น Line Shop, Facebook Page U2T ตำบลวังพัฒนา, VRU Market Place

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** Wangshop

**ออนไลน์ :** U2tตำบลวังพัฒนา

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.กกแก้วบุรพา อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผักปลอดสารพิษกักแก้วบุรพา (Pesticide Residue Free)

**รายละเอียด :** ตำบลกกแก้วบุรพา ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทางการเกษตร และเมื่อปีที่ผ่านมามีทางมหาวิทยาลัยได้เข้าไปสนับสนุนเรื่องการปลูกผักในโรงเรือน IoT ที่ควบคุมการผลิต ดังนั้น ตำบลจึงได้ผลิตผักปลอดสารพิษเพื่อจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

## 02 : เป้าหมาย

### เกษตรปลอดภัย

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

โรงเรือนสุมาร์ทฟาร์ม ระบบฟาร์มอัจฉริยะที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่

เทคนิคการปลูกผักปลอดภัย

-

### รูปสินค้า/บริการ

### รูปก่อน



### รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "ผักปลอดสารพิษกักแก้วบุรพา"

Key partner

- ตัวแทนของชุมชนกักแก้วบุรพา
- องค์การบริหารส่วนตำบลไฟพระ
- ผู้นำชุมชน (กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน)
- สำนักงานเกษตรอำเภอบางไทร

Key Activities

- ปลูกและดูแลผักให้ปลอดสารพิษ
- เก็บเกี่ยวผลผลิตและบรรจุ
- โปรโมทและประชาสัมพันธ์

Key resources

- ชีพพายุเออร์วิตฤดูต่างๆ

- โรงเรือนสุมาร์ทฟาร์ม

Value Proposition

- ปลอดสารพิษ
- ทำให้เกิดคุณประโยชน์และไม่ทำให้ส่งผลเสียต่อร่างกาย
- ช่วยเสริมให้ระบบขับถ่ายดี

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,400

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนตำบลกกแก้วบุรพา (หน้าวัดสง่างาม)

**ออนไลน์ :** E marketplace ชุมชนกักแก้วบุรพา

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.กกแก้วบุรพา อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กกแก้วบุรพามาเกิดเพลส (Kok Kao Burapha Marketplace)

**รายละเอียด :** ที่ผ่านมามหาวิทยาลัยได้เข้าไปสนับสนุนให้เกิดร้านค้าชุมชน เพื่อวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน ดังนั้นจึงต้องพัฒนา E-Marketplace ในช่องทางออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ

## 02 : เป้าหมาย

**ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ**

ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาช่องทางออนไลน์ E marketplace กกแก้วบุรพา ให้เป็นพื้นที่สำหรับรองรับการซื้อขายสินค้าบนโลกออนไลน์

-

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "กกแก้วบุรพามาเกิดเพลส" Key partner - ตัวแทนของชุมชนกกแก้วบุรพา

- องค์การบริหารส่วนตำบลไผ่พระ

- ผู้นำชุมชน (กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน)

- สำนักงานเกษตรอำเภอบางไทร

- วัดสว่างาม

Key Activities -- การลงทุนในธุรกิจ

- การตลาดและการขาย

- การบริการ

- การจัดส่ง

Key resources -- ทรัพยากรของผลิตภัณฑ์

- โรงผลิตสารภีฟาร์มผักปลอดสาร

- การบริหารจัดการ

Value Proposition -- สะดวกรวดเร็ว และมีอินเทอร์เน็ตที่สามารถซื้อหรือโพสต์ขายบนมาร์เก็ตเพลสได้

- เป็นการเพิ่มช่องทางในการซื้อหรือขายสินค้า

- อาจจะไม่ต้องมีที่ตั้งหน้าร้าน ช่วยลดต้นทุนในการเข้าพื้นที่

Customer Relationships -- ติดต่อสั่งซื้อได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

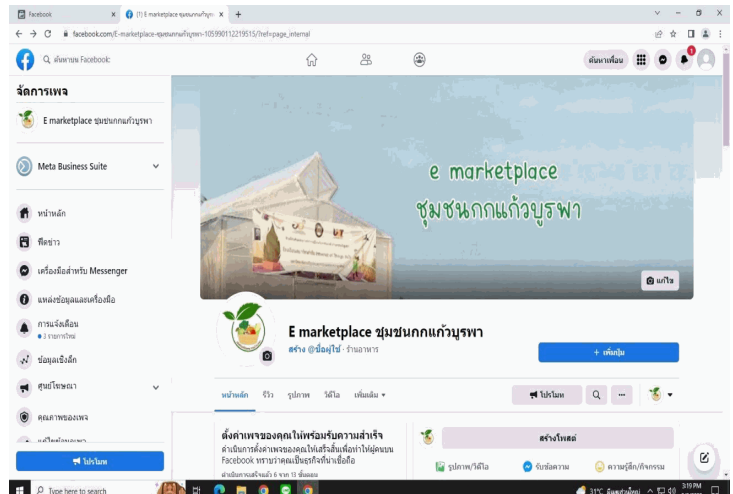
## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนตำบลกกแก้วบุรพา (หน้าวัดสว่างาม)

**ออนไลน์ :** E marketplace ชุมชนกกแก้วบุรพา

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.กระแซง อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กระเป๋าสานจากผักตบชวา

**รายละเอียด :** กระเป๋าสานจากผักตบชวาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สืบทอดภูมิปัญญาด้านการจักสาน โดยการนำวัชพืช ผักตบชวามาแปรรูปสร้างมูลค่าและคุณค่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่กระเป๋ามีขนาดไซส์และดีไซน์แตกต่างกันออกไป

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการบริการ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการสานกระเป๋าสานจากผักตบชวาเพื่อให้ได้มาตรฐาน

การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย

เทคนิคการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ที่กระเป๋าสานจากผักตบชวา

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "กระเป๋าสานจากผักตบชวา"

Key Partner

- มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

- โรงเรียนวัดกระแซง

- องค์การบริหารส่วนตำบลกระแซง

- สำนักงานเกษตรอำเภอบางไทร

- สำนักงานพัฒนาชุมชนอ.บางไทร

- สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอบางไทร

Key Activities

- สร้างอาชีพเสริมให้ชุมชน

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจของลูกค้า

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน

- ส่งเสริมการตลาด

Key Resources

- ผักตบชวาตากแห้ง

- วัสดุตกแต่งสวยงาม

- แรงงานสมาชิกในกลุ่ม

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 8,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ชุมชนหมู่ 3 ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ออนไลน์ :** กระแซงมีดี

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.กระแจะ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** หมวกจักสานไม้ไผ่สีสุก

**รายละเอียด :** เป็นผลิตภัณฑ์ที่สืบทอดภูมิปัญญาด้านการจักสานและเป็นการนำวัตถุดิบในท้องถิ่น คือ ไม้ไผ่สีสุกมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มพช.

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านมนุษยวิทยา

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการสานหมวกจากไม้ไผ่สีสุกเพื่อให้ได้มาตรฐาน

เทคนิคการออกแบบลวดลายเชิงสร้างสรรค์

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "หมวกจักสานไม้ไผ่สีสุก" Key Partner - มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ - สำนักงานพัฒนาชุมชนอ.บางไทร - สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและการศึกษาตามอัครยาชัยอำเภอบางไทร Key Activities - ออกแบบลวดลายรูปทรงของหมวกจักสานไม้ไผ่สีสุกให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้า - โปรโมทสินค้าผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น - จัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น Key Resources - แรงงานในครัวเรือน - ไม้ไผ่สีสุก Value Propositions - วัสดุที่ใช้ในงานจักสาน โดยชุมชนกระแจะได้ใช้วัสดุจากธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนคือ ไม้ไผ่สีสุก ซึ่งมีคุณสมบัติความเหนียวทนทานและมีความยืดหยุ่นสูง เหมาะแก่การจักสานเป็นอย่างยิ่ง ประกอบกับชื่อที่มีความเป็นสิริมงคลจึงเหมาะที่จะนำมาใช้ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ด้านต่างๆ เป็นงาน Handmade จากคนในชุมชน Channels - Online Facebook : บ้านสวนยายทองดี - Offline วางจำหน่ายในชุมชน และออกบูธศูนย์การค้าอยุธยาซิตี้พาร์ค - ตลาดนัดวันศุกร์ตลาดกลาง Customer Relationships - สำหรับลูกค้าในชุมชน ติดต่อพูดคุยกันเป็นประจำและแลกเปลี่ยน Contact กันไว้เพื่อนำไปขายตรง - สำหรับลูกค้าทางเพจ สามารถแลกเปลี่ยน Contact การติดต่อส่วนตัวกันได้ เช่น ID Line เบอร์ติดต่อ - สำหรับลูกค้า Walk-in เข้ามาจะได้นักค้าที่ติดกับตัวสินค้าที่เป็นช่องทางการติดต่อได้ Customer Segment - ชาวบ้านในชุมชน และกลุ่มแม่บ้าน ชาวสวน และลูกค้าต่างจังหวัดที่เคยใช้และกลับมาซื้อซ้ำ ลูกค้าบางราย Walk-in มาขึ้นหน้าบูธ ลูกค้าที่ติดตามเพจ Facebook บ้านสวนยายทองดี Cost

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ชุมชนหมู่ 3 ตำบลกระแจะ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ออนไลน์ :** กระแจะมีดี

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.แคตก อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผักปลอดภัยแคโตะ

**รายละเอียด :** การผลิตผักปลอดภัยจะช่วยลดต้นทุนการผลิต ลดการใช้สารเคมีทางการเกษตร เชื่อกันได้ว่าผลผลิตมีสารเคมีตกค้างไม่เกินค่ามาตรฐาน ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคได้ มีสุขภาพดี มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ผู้บริโภคได้รับประทานผลผลิตที่ปลอดภัย และมีส่วนร่วม ในการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น ยังเป็นการสร้างโอกาสและเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรของชุมชน รายละเอียดพัฒนาสินค้า 1) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เน้นให้สินค้าทางการเกษตร สะอาด และนำมารับประทาน 2) การพัฒนาผลผลิตให้มีเครื่องหมายรับรอง

## 02 : เป้าหมาย

**เกษตรปลอดภัย**

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนารัฐธรรมนูญ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนารัฐธรรมนูญให้สอดคล้องต่อการขนส่ง

เทคนิคการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ (E-Commerce platform)

-

## 05 : แผนธุรกิจ

การดำเนินงานเน้นส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัย ซึ่งเป็นอาชีพของชุมชน เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้จากการขายผักมากขึ้น เนื่องจากการขายผ่านพ่อค้าคนกลางได้ราคาต่ำ การดำเนินงานพัฒนาธุรกิจโดยยึดตามหลักส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) นำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นจำหน่ายสินค้าผักที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยมีรูปแบบการนำเสนอที่มีความทันสมัย บรรลุเกณฑ์ที่สวญาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 986

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** แคโตะ Market หมู่ที่ 2

**ออนไลน์ :** ผลิตภัณฑ์ตำบลแคตก / VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ต.แคต อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ข้าวตังแคโตะ

รายละเอียด : ข้าวตังทอดกรอบที่ผลิตจากข้าวหอมมะลิของชุมชนตำบลแคต อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความพิถีพิถันในเรื่องของคุณภาพและการผลิต ผ่านการพัฒนาสูตรมีความหลากหลายของรสชาติ ปัจจุบันมี 2 รสชาติ คือ รสเนยกระเทียมพริกไทย และรสหมูหยองน้ำพริกเผา

## 02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาสูตรข้าวตังของชุมชน

การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

การดำเนินงานเน้นผลิตในรูปแบบอาหารปลอดภัย โดยใช้ข้าวที่เป็นวัตถุดิบหลัก และเป็นอาชีพหลักของชุมชน ดำเนินการพัฒนารูทกึ่งโดยยึดตามหลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) นำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นผลิตข้าวตังให้มีความทันสมัย บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,770

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : แคต Market หมู่ที่ 2

ออนไลน์ : ผลิตภัณฑ์ตำบลแคต / VRU Marketplace

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ต.แคออก อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กะหรี่ปั๊บนึ่งแห้งเคี้ยว

**รายละเอียด :** กะหรี่ปั๊บนึ่งแห้งเคี้ยว เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่พัฒนามาจากผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนให้มีมูลค่าสูงขึ้น ผ่านการพัฒนาสูตร บรรจุในกล่องสวยงาม มี 3รสชาติ ได้แก่ ไข่ไก่ ไข่ต้ม และไส้หมูพริกไทยดำ

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมทผลิตภัณฑ์ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดึงดูดผู้บริโภค

เทคนิคการยืดอายุผลิตภัณฑ์เพื่อเก็บรักษาไว้ได้นาน

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

การดำเนินงานกลุ่มสัมมาชีพกะหรี่ปั๊บนึ่งแห้งเคี้ยว เน้นผลิตในรูปแบบอาหารปลอดภัย โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ดำเนินการพัฒนาระบบการตลาดตามหลักส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) เน้นผลิตให้มีไส้ที่หลากหลาย บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,200

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มสัมมาชีพกะหรี่ปั๊บนึ่งแห้งเคี้ยว หมู่ที่ 3

**ออนไลน์ :** แชนแนลแคออก / VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.แคออก อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ำสมุนไพรเส้นห้แคออก

**รายละเอียด :** น้ำสมุนไพรที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่พัฒนามาจากผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนให้มีมูลค่าสูงขึ้นผ่านการพัฒนาสูตรบรรจุในขวดสวยงามมี 2รสชาติ ได้แก่ เครื่องดื่มว่านหางจระเข้ในน้ำอัญชันผสมมะนาว และเครื่องดื่มว่านหางจระเข้ในน้ำดาวเรืองผสมเก็กฮวย บรรจุขวดละ 240 มิลลิลิตร

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้สารสกัดจากธรรมชาติแทนน้ำตาล

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดึงดูดผู้บริโภค

-

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



**รูปหลัง**



## 05 : แผนธุรกิจ

การดำเนินงานเน้นผลิตในรูปแบบอาหารปลอดภัย โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น โดยนำว่านหางจระเข้มาใช้เป็นส่วนผสมสำคัญในการผลิตน้ำสมุนไพร ดำเนินการพัฒนาระบบการตลาดตามหลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เน้นผลิตให้มีสีที่หลากหลาย บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มสัมมาชีพน้ำสมุนไพร หมู่ที่ 1 ตำบลแคออก

**ออนไลน์ :** เส้นห้แคออก

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.โคกช้าง อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ลองคบตัวว (ลูกประคบ)

รายละเอียด : พื้นที่มีการปลูกสมุนไพรจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็น ขมิ้น ไพล กระชาย เป็นต้น อีกทั้งภายในชุมชนมีผู้สูงอายุ และเกษตรกร จำนวนมากที่ประสบปัญหาอาการปวดเมื่อยเนื่องจากการทำงานทำให้คนในชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนา ลูกประคบ hot express เพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อย

## 02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องต่อลักษณะการใช้งาน

การพัฒนาสูตรลูกประคบสมุนไพรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

1.Key Partners : ทีมออกแบบบรรจุภัณฑ์ ร้านแนวแผนไทย คลินิกแพทย์แผนไทย แหล่งวัตถุดิบ แหล่งกระจายสินค้า ชุมชน ห้างสรรพสินค้า 2.Key Activities การหา Partnership ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย การหาตลาดใหม่ๆและการทำการตลาด การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ 3.Value Propositions สินค้ามีคุณภาพที่ดี สินค้ามีการใช้งานที่สะดวก สินค้ามีอายุที่ยาวนาน สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย บรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ราคาไม่แพง บรรเทาอาการปวดเมื่อย สร้างงาน/สร้างอาชีพ สร้างองค์ความรู้ 4.Customer Relationships สื่อออนไลน์ ออฟไลน์ กิจกรรมการตลาด ร้านค้าต่างๆที่จำหน่าย 5.Customer Segments กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ กลุ่มลูกค้าที่มีอาการปวดเมื่อยทางร่างกาย 6.Key Resources บรรจุภัณฑ์ที่ สูตรลูกประคบ แหล่งกระจายสินค้า เงินทุนและกระแสเงินสด แหล่งปลูกสมุนไพร 7.Channels ร้านแนวแผนไทย คลินิกแพทย์แผนไทย ร้านค้า OTOP ห้างสรรพสินค้า Online Marketing สื่อโฆษณา สื่อออนไลน์ทุกชนิด 8.Cost Structure ต้นทุนการผลิตลูกประคบ ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการตลาด ต้นทุนในการดำเนินการบริหารจัดการ ต้นทุนการกระจาย 9.Revenue Streams รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าสวัสดิการอบต.โคกช้าง

ออนไลน์ : U2T ตำบลโคกช้าง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.โคกช้าง อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : Roll on low อื่น!!

รายละเอียด : พืชมเสนน้ำสมุนไพร (Roll on low อื่น!!) บรรเทาอาการเวียนหัว ปวด ตึงคอ บ่า ไหล่ ไมเกรน เป็นโรคยอดฮิตที่มักพบกันอยู่บ่อยครั้ง ความเมื่องหวงของแบรนด์ข้างมงคล คือ อยากให้ทุกคนหันมาใช้สมุนไพรท้องถิ่น ทา นวด คลายปวด แทนการใช้หรือทานยาจะจบ ความเจ็บปวด

## 02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องต่อลักษณะการใช้งาน

การพัฒนาสูตรพืชมเสนน้ำเพื่อบรรเทาอาการปวดไมเกรน

-

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

1.Key Partners : ทีมออกแบบบรรจุภัณฑ์ ร้านนวดแผนไทย คลินิกแพทย์แผนไทย แหล่งวัตถุดิบ แหล่งกระจายสินค้า ชุมชน ห้างสรรพสินค้า 2. Key Activities การหา Partnership ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย การหาตลาดใหม่และการทำการตลาด การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ 3.Value Propositions สินค้ามีคุณภาพที่ดี สินค้ามีการใช้งานที่สะดวก สินค้ามีอายุที่ยาวนาน สินค้ามีให้เลือกหลากหลาย บรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ราคาไม่แพง บรรเทาอาการปวดเมื่อย สร้างงาน/สร้างอาชีพ สร้างองค์ความรู้ 4.Customer Relationships สื่อออนไลน์ ออฟไลน์ กิจกรรมการตลาด ร้านค้าต่างๆที่จำหน่าย 5.Customer Segments กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ กลุ่มลูกค้าที่มีอาการปวดเมื่อยทางร่างกาย 6.Key Resources บรรจุภัณฑ์ที่ สุด Roll on แหล่งกระจายสินค้า เงินทุนและกระแสเงินสด แหล่งปลูกสมุนไพร 7.Channels ร้านนวดแผนไทย คลินิกแพทย์แผนไทย ร้านค้า OTOP ห้างสรรพสินค้า Online Marketing สื่อโฆษณา สื่อออนไลน์ทุกชนิด 8.Cost Structure ต้นทุนการผลิตอุปกรณ์ ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการตลาด ต้นทุนในการดำเนินการบริหารจัดการ ต้นทุนการกระจาย 9.Revenue Streams รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,100

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าสวัสดิการ อบต.โคกช้าง

ออนไลน์ : U2T ตำบลโคกช้าง

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ช้างน้อย อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** หมี่กรอบสมุนไพร ช้างน้อย

**รายละเอียด :** พัฒนาสูตรหมี่กรอบสมุนไพรให้มีสูตรที่ได้มาตรฐาน เลือกสรรวัตถุดิบที่หลากหลายและหาได้ในชุมชน อาทิ ใส่หอมซอย กระเทียมทอด และใบมะกรูดทอด เพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ที่หาที่ไหนไม่ได้ ต้องหมี่กรอบช้างน้อย อยู่รยาเท่านั้น

## 02 : เป้าหมาย

### อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาสูตรหมี่กรอบที่มีส่วนผสมสมุนไพร

Eco friendly packaging

-

## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partners-**ม.ราชภัฏวไลยอลงกรณ์-โรงเรียนวัดอนุฤทธาราม-วัดอนุฤทธาราม-ผู้นำชุมชน-ตัวแทนการขายตำบลช้างน้อย  
**Key Activities-**ส่งเสริมการตลาด-สร้างอาชีพในชุมชน-พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ-สร้างกระบวนการส่งต่อการเรียนรู้จากรุ่นสู่รุ่นเพื่อเศรษฐกิจที่ยั่งยืน-สร้างรายได้ให้กับผู้สูงวัยในชุมชนและใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์  
-ขายออนไลน์ทางหน้าร้านและร้านในชุมชน-ติดต่อประชาสัมพันธ์ลูกค้าทางหอกระจายข่าวหมู่บ้านให้รู้ว่ามีสินค้าขายในตำบล  
**Key Resources-**ประชากรในชุมชน คือประธานกลุ่มสินค้า และสมาชิกในกลุ่ม-ผู้ที่เชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์การทำหมี่กรอบสมุนไพร-ผู้นำชุมชนตำบลช้างน้อย-เงินทุนในการผลิตสินค้า 3,000 บาท-วัตถุดิบในการทำหมี่กรอบสมุนไพร-อุปกรณ์ในการทำหมี่กรอบสมุนไพร-วิธีการทำหรือสูตรการทำหมี่กรอบสมุนไพรของกลุ่มที่เคยทำมาก่อน  
**Value Propositions-**"หมี่กรอบสมุนไพรรูปแบบใหม่ ในท้องตลาดจากความต้องการของคนตำบลช้างน้อย" การสร้างรูปแบบและโลโก้ให้ดูน่าสนใจและจำหน่ายได้ง่าย-รสชาติของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของหมี่กรอบ- ความอร่อย และคุณประโยชน์จากสมุนไพร- ความแปลกใหม่ จากการนำเสนอหมี่กรอบหลากหลายรสจากส่วนผสมจากธรรมชาติ เช่น อัลมอนด์ Customer Relationships1. เก็บข้อมูลลูกค้า (เพศ อายุ ปริมาณการซื้อต่อครั้ง ช่วงเวลาที่ซื้อ ความถี่ในการซื้อ)

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนตำบลช้างน้อย

**ออนไลน์ :** VRU U2T / VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ช้างน้อย อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กระยาสารทญี๊พื๊นแพนซี ช้างน้อย

**รายละเอียด :** กระยาสารทที่มีส่วนผสมพื๊นแพนซี บรรจุในกล่องกระดาษรีไซเคิล บรรจุ ขนาด 150/250/500 กรัม ต่อกระปุก (จุดเด่น คือ ใช้น้ำตาลอ้อยสูตรโบราณ ไม่ใช้สารกันบูด และปื๊นพื๊นปรุงร่งต่างๆ)

## 02 : เป้าหมาย

### อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาสูตรกระยาสารทที่มีส่วนผสมพื๊นแพนซีเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

Eco friendly packaging

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners

-มหาวิทยาลัยราชภัฏ

-วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

-โรงเรียนวัดอนุฤกษ์ธาราราม

-วัดอนุฤกษ์ธาราราม

-ผู้นำชุมชน

Key Activities

-ส่งเสริมการตลาด

-สร้างอาชีพในชุมชน

-พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ

-สร้างกระบวนการส่งต่อการเรียนรู้จากฐานสู่ฐานเพื่อเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

-สร้างความสามัคคีให้กับคนในชุมชน

-สร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุในชุมชนและใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

Key Resources

-สมาชิกในกลุ่ม

-ประชากรในชุมชน

-ผู้นำชุมชน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนตำบลช้างน้อย

**ออนไลน์ :** VRU U2T/ VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ช่างเหล็ก อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** เเลวอ็องขวัญ

**รายละเอียด :** เเลวเป็นเครื่องจักสานชนิดหนึ่ง ซึ่งใช้งานเกี่ยวข้องกับความเชื่อของชาวไทยมาแต่โบราณ หรือใช้เพื่อเป็นเครื่องหมายบอกหรือสัญลักษณ์มีการใช้งานที่หลากหลาย ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ เช่น ใช้เเลวปักลงบนหม้อยาเพื่อทำให้นั้นเป็นยาศักดิ์สิทธิ์

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการบริการ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านจักสาน

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

ดำเนินการนำความเชื่อของชุมชนที่ประดิษฐ์สิ่งมงคลจากไม้ไผ่สืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่นมาพัฒนาให้เป็นของระลึกมงคลติดบ้าน โดยการดำเนินงานพัฒนาธุรกิจเชิงอัตลักษณ์ความเชื่อโดยยึดตามหลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) นำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นรูปแบบการนำเสนอที่มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าของดีช่างเหล็ก

**ออนไลน์ :** ของดีช่างเหล็ก – Changlek Souvenir

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ช่างเหล็ก อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญญัติ

5 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ำมันสมุนไพรอู่ข้าว

**รายละเอียด :** เป็นการต่อยอดผลิตภัณฑ์ จากผงสมุนไพรพอกเข้า ไปเป็นเป็นน้ำมันสมุนไพรอู่ข้าว โดยการปรับเปลี่ยนสถานะของสมุนไพรจากผงไปเป็นของเหลว ตามความต้องการของตลาด ในด้านความสะดวกสบายในการใช้ และพกพา เพื่อเป็นการเพิ่มสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรท้องถิ่น

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การวิเคราะห์คุณภาพสารสกัดจากสมุนไพร

เทคนิคการกลั่นและกรองสารละลาย

บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เทคนิคการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ และเทคโนโลยีการพิมพ์ในรูปแบบดิจิทัล

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

น้ำมันสมุนไพรอู่ข้าว ผลิตจากสมุนไพรในท้องถิ่นที่ปลูกด้วยระบบเกษตรกรรมปลอดภัย นำสมุนไพรหลากหลายชนิดเข้าสู่ตรยาโบราณสกัดด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์จำได้ออกมาเป็นน้ำมันวด นำน้ำมันวดที่ได้สร้างเป็นธุรกิจชุมชนโดยยึดตามหลักส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) นำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นรูปแบบการนำเสนอที่มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าของดีช่างเหล็ก

**ออนไลน์ :** ของดีช่างเหล็ก – Changlek Souvenir

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ช้างใหญ่ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** พริกแกง ตราบ้านช้าง ออย14-2-01664-6-0001

**รายละเอียด :** มหาวิทยาลัยเข้ามาพัฒนาสูตรพริกแกงและผลิตภัณฑ์จนได้รับมาตรฐาน ออย 14-2-01664-6-0001 โดยส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณพริกแห้งเม็ดใหญ่15% พริกแห้งเม็ดเล็ก15% ข่า5% มะกรูด2% ตะไคร้5% กระเทียมไทย6% กระเทียมจีน5% หัวหอมแดง10% กะปิ5% เกลือ2% และพริกไทยเม็ด1%

## 02 : เป้าหมาย

### อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การผลิตที่ได้มาตรฐาน (ออย.)

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

-

### รูปสินค้า/บริการ

### รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "พริกแกง ตราบ้านช้าง ตำบลช้างใหญ่ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา"  
Key partners - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแม่บางบางไทร - สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางไทร - สำนักงานเกษตรอำเภอบางไทร - เทศบาลตำบลราชคราม - U2T for BCG และชุมชน Key Activities - การขอใบอนุญาตสถานที่ผลิตอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) - การคิดค้น สูตรผลิตภัณฑ์ - การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) - การหาตลาดใหม่ๆ และการทำการตลาด - การควบคุมคุณภาพ Key Resource - ตราสินค้าบ้านช้าง - วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแม่บางบางไทร - ระบบการผลิต Value Propositions - ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน (ออย.) - สินค้าคุณภาพดี อร่อย - มีหลายขนาด แพคเกจหลากหลาย - ราคาไม่แพง - สามารถขายได้หลายรูปแบบ เช่น หน้าร้าน เพจ เว็บไซต์ และอื่นๆ Customer Relationships - ตัวสินค้า - บรรจุภัณฑ์ - สื่อออนไลน์ ออฟไลน์ - ร้านค้าต่างๆที่จำหน่าย - งานแสดงสินค้าต่างๆ Channels - Line, Phone, Facebook - VRU Marketplace - วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแม่บางบางไทร - ร้านค้าทั่วไป - ร้านอาหาร - ศูนย์ศิลปาชีพเกาะเกิด Customer Segment - กลุ่มลูกค้าทุกเพศ - กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป - กลุ่มรักสุขภาพ Cost Structure - ต้นทุนวัตถุดิบ - ต้นทุนการผลิต - ต้นทุนการวิจัยและพัฒนาสินค้า Revenue Structure - รายได้จากการลงทุนผลิต - รายได้จากการขายปลีก-ส่ง

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 20,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแม่บางบางไทร

**ออนไลน์ :** ครัวช้างใหญ่ น้ำพริกสูตรไทยเดิม

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

### รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ช้างใหญ่ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ำพริกเห็ด ตราบ้านช้าง อย 14-2-01664-6-0002

**รายละเอียด :** มหาวิทยาลัยเข้ามาพัฒนาสูตรน้ำพริกเห็ด และผลิตภัณฑ์จนได้รับมาตรฐาน อย 14-2-01664-6-0002 โดยส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ เห็ดฐานดำ 70% หอมแดง 8% กระเทียม 6% น้ำมันมะเขือเทศ 5% น้ำตาลทราย 3% เม็ดมะม่วงหิมพานต์ 3% พริกป่น 1% ใบมะกรูด 1% เกลือ 1% น้ำตาล 1% กะปิ 1%

## 02 : เป้าหมาย

### อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การผลิตที่ได้มาตรฐาน (อย.)

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

-

### รูปสินค้า/บริการ

### รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "น้ำพริกเห็ด ตราบ้านช้าง ตำบลช้างใหญ่ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา"

Key partners

- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแม่บางไทร
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางไทร
- สำนักงานเกษตรอำเภอบางไทร
- เทศบาลตำบลราชคราม
- U2T for BCG และชุมชน

Key Activities

- การขอใบอนุญาตสถานที่ผลิตอาหารจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
- การคิดค้น สูตรผลิตภัณฑ์
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
- การหาตลาดใหม่ๆ และการทำการตลาด
- การควบคุมคุณภาพ

Key Resource

- ตราสินค้าบ้านช้าง

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 25,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** วิสาหกิจชุมชนน้ำพริกแม่บางไทร

**ออนไลน์ :** ครัวช้างใหญ่ น้ำพริกสูตรไทยเดิม

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

### รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.เชียงรายน้อย อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : DinDee (ดินพร้อมปลูก)

รายละเอียด : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ DinDee เป็นดินพร้อมปลูกคุณภาพสูง ที่มีส่วนผสมของผักตบชวา แหนแดง เหมาะสำหรับการปลูกพืชผัก ไม้ผล และไม้ดอกทุกชนิด

## 02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Recycle (การแปรรูป)

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

กระบวนการหมักที่มีนวัตกรรมด้านพลังงานทดแทน

เทคนิคการพัฒนาพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า DinDee (ดินพร้อมปลูก) เชียงรายน้อย

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners – วิทยาลัยชุมชน ร้านค้าขายวัสดุเกษตร เทศบาลตำบล ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร และ U2T for BCG Key Activity – การขยายผักตบชวาและเศษวัสดุเหลือทิ้ง การเตรียมชุดการเร่งการย่อยสลายพืชแบบเติมอากาศ การเตรียมปุ๋ยหมักอินทรีย์ สูตรผสมดินพร้อมปลูก การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การตลาด และการประชาสัมพันธ์ Key Resources – ชุดการเร่งการย่อยสลายพืชแบบเติมอากาศ ผักตบชวาและเศษเหลือทิ้งทางการเกษตร มูลสัตว์ขุมมะพร้าว ประชาชนในชุมชน ระบบการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า Value Propositions – ลดระยะเวลาในการผลิตปุ๋ยหมักอินทรีย์ ผ่านคำถามมาตรฐาน ราคาถูก เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 444 Customer Relationships – สร้างการรับรู้เรื่องราวของชุมชน การไปขึ้นชั้นทางการตลาด Channels – ตลาดนัดชุมชน ร้านค้าชุมชน VRU Market Place Social Network Market Place ออ และสื่อโฆษณา ต่าง ๆ Customer Segments – กลุ่มลูกค้าเพาะปลูกต้นไม้ขาย ลูกค้าจัดสวน 444 Cost Structure – ต้นทุนการผลิต ต้นทุนวัสดุอุปกรณ์ ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ 444 Revenue Streams – รายได้จากการขายดินพร้อมปลูก

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : U2T For BCG ตำบลเชียงรายน้อย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ออนไลน์ : U2T For BCG ตำบลเชียงรายน้อย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.เชียงรากน้อย อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** PlaNew (ผลิตภัณฑ์ผงปลาโรยข้าว)

**รายละเอียด :** พัฒนาบรรจุภัณฑ์ PlaNew (ผลิตภัณฑ์ผงปลาโรยข้าว) เพื่อยกระดับสินค้าแปรรูปของชุมชนให้มีความน่าสนใจและมีความทันสมัย

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า PlaNew (ผลิตภัณฑ์ผงปลาโรยข้าว)

กระบวนการหมักที่ใช้วัตถุดิบด้านพลังงานทดแทน

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners - วิทยาลัยชุมชน เทศบาลตำบล ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร และ U2T for BCG Key Activity - การแปรรูปปลาในชุมชน การออกแบบและติดตั้งตู้อบแห้งพลังงานแสงอาทิตย์ การทำปลาแห้งและปลาอบแห้ง การเตรียมเนื้อปลา สูตรการทำผงปลาโรยข้าว การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การตลาด และการประชาสัมพันธ์ Key Resources - เนื้อปลา วัตถุดิบและเครื่องสับบด โพร ประชาชนในชุมชน ระบบการผลิตและบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า Value Propositions - สร้างการรับรู้เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ Customer Relationships - สร้างการรับรู้เรื่องราวของชุมชน การโปรโมชันทางการตลาด Channels - ตลาดนัดชุมชน ร้านค้าชุมชน VRU Market Place Social Network Market Place ออ และสื่อโฆษณา ต่าง ๆ Customer Segments - กลุ่มลูกค้าที่ชอบทานเนื้อปลาและผงปลาโรยข้าว ลูกค้าที่ชอบซื้อของฝาก ฯลฯ Cost Structure - ต้นทุนการผลิต ต้นทุนวัสดุอุปกรณ์ ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ ฯลฯ Revenue Streams - รายได้จากการขายผงปลาโรยข้าว ฯลฯ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3 ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ออนไลน์ :** U2T For BCG ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางไทร อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ยาม่องเพียงหาย

**รายละเอียด :** ยาม่องรูปแบบใหม่สมุนไพรแบบพกพา "เพียงหายบาล์ม" เนื้อบาล์มหอมสดชื่น กลิ่นลาเวนเดอร์ จำนวน 4 สูตร คือ สูตรพริก สูตรไพล สูตรกานพลู สูตรสมุนไพรรวม ใช้แก้หวัด เจ็บคอ แก้ปวดศีรษะ แก้ท้องอืดท้องเฟ้อ แก้อาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ บำรุงโลหิต

## 05 : แผนธุรกิจ

การดำเนินงานเน้นการส่งเสริมการผลิตยาม่องเพียงหาย ทำมาจากสมุนไพรในท้องถิ่นมีหลากหลายให้เลือกสรรคุณภาพมากมาย และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกในการพกพาในรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองต่อการขายกับคนรุ่นใหม่ นำข้อมูลมาจัดทำแผนธุรกิจโดยใช้ Business Model Canvas และมีการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่ ได้แก่ เทศบาลตำบลบางไทร และสำนักงานเกษตรอำเภอบางไทร มีการจัดจำหน่ายทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ ได้แก่ facebook และ shopee โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนทุกช่วงวัย

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยตอบสนองต่อลูกค้าคนรุ่นใหม่

การพัฒนาสูตรยาหม่องสมุนไพรให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 14,700

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** แพ้เพื่อน

**ออนไลน์ :** U2T ของดีตำบลบางไทร, VRU U2T, VRU Marketplace, Shopee: ORENJI SHOPPING

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ



รูปก่อน

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางไทร อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ายาชักผ้ากลั่นน้ำมันข้าว

**รายละเอียด :** น้ายาชักผ้ากลั่นน้ำมันข้าวสูตรเข้มข้น เป็นน้ายาจัดครบสกรปรกต่างๆ มีกลิ่นหอมอ่อนโยนจากน้ำมันข้าว ให้ประสิทธิภาพในการขจัดคราบและลดกลิ่นอับ เหมาะสำหรับผ้าทุกชนิด

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ายาชักผ้าแบบแพ็คเกจ

การพัฒนาสูตรน้ายาชักผ้าให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## รูปหลัง

Gentle  
Rice milk

น้ายาชักผ้าสูตรบางไทร  
กลิ่นน้ำมันข้าว  
ไม่ทิ้งคราบสกปรก  
กลิ่นหอมอ่อนโยน

ORENJI SHOPPING  
U2T พระนครศรีอยุธยา  
phaiyngghagbangsai

เบอร์โทรติดต่อ : 095-2538540

แกลลอนละ 79.-

ถุงรีฟิลละ 69.-

Box set 159.-



น้ำดื่มรับประทาน รวบรวมไว้ในเข้าตา  
ผู้ที่แพ้สารเคมีจำเป็นควรใช้ถุงมือยาง

สถานที่ผลิต : เลขที่ 5/1 หมู่ 7 ตำบลบางไทร อำเภอบางไทร  
จังหวัด พระนครศรีอยุธยา รหัสไปรษณีย์ 13190



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางพลี อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผักตบชวาถิ่นกระแตกวาบางพลี

**รายละเอียด :** เป็นวัตถุดิบกระแตกวาสามารถกินกระแตกวาผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ตกความสูงจากพื้น 9 เมตรได้จริงลักษณะเป็นท่อนๆสีเขียวแก่ความยาวนี้เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติเป็นสีเขียวสดไม่พอกสีไม่ขึ้นราเก็บได้เป็นเวลานานถึงครึ่งปีมีกลิ่นหอมของไม้สามารถกินกระแตกวาได้จริงสามารถกินกระแตกวาได้จากการตากจากที่สูง 9 เมตรได้สามารถย่อยสลายได้ภายใน 4 เดือนผ่านการลดน้ำ

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการบริการ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การแปรรูปผักตบชวาเป็นผลิตภัณฑ์ผักตบชวาถิ่นกระแตกวา ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมกับชุมชน

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

-

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

Key partners

- กลุ่มชาวบ้าน
- กศน. อำเภอบางไทร
- ลูกค้าออนไลน์ (ว่าจ้าง) คือ เป็นทั้งลูกค้าและคู่ค้าของเรา

Key Activities

- การผลิตผลิตภัณฑ์ผักตบชวาถิ่นกระแตกวา
- การตลาด (ติดต่อลูกค้า สื่อต่างๆ)
- การสร้างเครือข่าย
- ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

Key Resources

- ผักตบชวา
- แรงงาน
- สารสนเทศ (Infographic video สื่อต่างๆ)
- Value Propositions
- สร้างรายได้ให้ชุมชน
- กระบวนการทำงานง่าย
- พัฒนาคุณภาพชีวิต

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,200

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ชุมชนหมู่ 2 ตำบลบางพลี อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ออนไลน์ :** ผลิตภัณฑ์ตำบลบางพลี

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## รูปหลัง

**จำหน่ายผักตบชวาถิ่นกระแตกวา**

| ปริมาณ     | ราคา(บาท) |
|------------|-----------|
| 40 กรัม    | 10        |
| 180 กรัม   | 40        |
| 1 กิโลกรัม | 240       |

\*สินค้าร่วมค้าจัดส่งหรือสามารถยกมาสาธิตตามได้เลย

ช่องทางการติดตาม  
shopee: bangsal\_u2t  
Facebook: ผลิตภัณฑ์บางพลี

VRU BCG U2T





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางพลี อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** แยมมะพร้าวบางพลี

**รายละเอียด :** เป็นแยมมาตรฐานโรงแรม เป็นแยมโฮมเมดทำให้มีความสดใหม่ มีความหอม ไม่เหม็นหืน ไม่ใส่สารกันบูด ปลอดภัยไม่มีส่วนผสมของยาฆ่าแมลงได้จากมะพร้าวแบบกรุบๆ

## 02 : เป้าหมาย

### อาหารปลอดภัย

การใช้ปริมาณสารอาหารที่เหมาะสมต่อสุขภาพ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาสูตรให้เนื้อแยมมีความเหนียวขึ้นทานได้ง่าย และลดระดับความหวานโดยใช้สารให้ความหวานจากหญ้าหวาน

เทคนิคการยืดอายุแยมให้นานขึ้นโดยการทดลองกะทิแบบต่างๆ ทำให้ทำให้ได้เนื้อแยมที่เก็บไว้ได้นานครึ่งปี

### รูปสินค้า/บริการ

### รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ "แยมมะพร้าว ตำบลบางพลี อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา"

**Key Partners**

- โรงแรมคู่คำ
- กลุ่มลูกค้าออนไลน์

**Key Activities**

- การจำหน่ายผลิตภัณฑ์แยมมะพร้าว
- การส่งเสริมการตลาด (ติดต่อลูกค้า สื่อต่างๆ)
- ออกแบบและพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์และโลโก้

**Key Resources**

- มะพร้าว
- แรงงาน
- สารสนเทศ (Infographic video สื่อต่างๆ)

**Value Propositions**

- สร้างรายได้ให้ชุมชน
- พัฒนาสูตรให้เหมาะสมกับคนไทย (สดใหม่แยมโฮมเมด)
- พัฒนาคุณภาพชีวิต
- สร้างความรู้ให้ชุมชน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,400

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ชุมชนหมู่ 2 ตำบลบางพลี อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ออนไลน์ :** ผลิตภัณฑ์ตำบลบางพลี

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

### รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางยี่โท อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัณฑิต

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** โสนอโรมา (Sano-Aroma)

**รายละเอียด :** ดอกไม้ประดิษฐ์จากแกนโสน ถูกนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์โสนอโรมา นำเสนอบายคู่กับน้ำหอมกลิ่นต่างๆ ภายในกล่องบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ซึ่งเราได้พัฒนาสินค้าให้ยืดอายุการใช้งานให้ยาวนานกว่า ภายใต้จุดขาย “การผ่อนคลายที่ยาวนาน” ใช้งานง่าย เพียงวางก้านเชือกที่ยึดตัวดอกส่งไปในขวดน้ำหอม ดอกไม้จากแกนโสนจะช่วยกระจายกลิ่นจากน้ำหอมในการผ่อนคลาย และยังใช้เป็นของตกแต่งภายในบ้าน

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

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

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม  
เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์  
นวัตกรรมก้านเชือกที่สามารถดูดซับน้ำหอมได้ช้าลง แต่กระจายกลิ่นจากน้ำหอมได้ยาวนานขึ้น เพื่อยืดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



## 05 : แผนธุรกิจ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากแกนโสนที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) โดยนำดอกไม้ประดิษฐ์มาจัดเซตขายคู่กับน้ำหอมปรับอากาศภายในบ้าน พร้อมทั้งมีการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์และออกแบบรูปแบบของดอกโสนให้สวยงามโดยใช้ฝีมือของคนในชุมชน สร้างจุดขายด้วยความผ่อนคลายที่ยาวนาน Key Partner ได้แก่ อบต.บางยี่โท พัฒนาชุมชนอำเภอ กศน.ตำบลบางยี่โท สถานเสริมความงาม โรงแรมและรีสอร์ทในพื้นที่ตำบลบางยี่โทและพื้นที่ใกล้เคียง การโปรโมทสินค้าและจัดทำโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าวัยทำงาน และมีการติดตามผลหลังจากลูกค้าโดยใช้ระบบสมาชิกผ่านแอปพลิเคชัน LineShop ใช้สื่อสังคมออนไลน์และแบบออฟไลน์ในการจำหน่ายและประชาสัมพันธ์สินค้า กลุ่มลูกค้า คือ กลุ่มผู้ชอบผลิตภัณฑ์น้ำหอมอโรมา เน้นกลุ่มลูกค้าวัยทำงานที่มีกำลังซื้อ และใช้เป็นของขวัญตกแต่งบ้าน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,590

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** โสนอโรมา ต.บางยี่โท

**ออนไลน์ :** Sano-Aroma Diffuser โสนอโรมา ก้านไม้หอมปรับอากาศ ต.บางยี่โท

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

**รูปหลัง**





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บางยี่โท อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** วิทยาศาสตร์บางยี่โท

**รายละเอียด :** วิทยาศาสตร์บางยี่โทสูตรพิเศษอินทรีย์ คัดสรรวัตถุดิบจากอินทรีย์พืชอินทรีย์ และปรับใช้สารให้ความหวานจากธรรมชาติเพื่อให้ตอบใจกลุ่มคนรักขนมหวานที่ใส่ใจด้านสุขภาพ พัฒนาของบรรจุภัณฑ์ภายในสำหรับใส่วิทยาศาสตร์ ให้ยืดอายุสินค้า และปรับขนาดขึ้นรับประทานให้มีขนาดพอดีคำ สะดวกต่อการรับประทานและการพกพา หวานอร่อยอยู่ท้อง

## 02 : เป้าหมาย

### อาหารปลอดภัย

การใช้ปริมาณสารอาหารที่เหมาะสมต่อสุขภาพ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

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

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้สุขภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ต่อขึ้น เพื่อยืดอายุวิทยาศาสตร์ให้ยาวนานขึ้น  
เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์  
เทคโนโลยีการผลิตอาหารที่ใช้สารให้ความหวานจากธรรมชาติทดแทนน้ำตาล

### รูปสินค้า/บริการ

### รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

พัฒนาวิทยาศาสตร์สูตรพิเศษอินทรีย์ น้ำตาลน้อย สำหรับกลุ่มผู้รักสุขภาพ ปรับขนาดขึ้นรับประทานให้มีขนาดพอดีคำ พัฒนาของบรรจุภัณฑ์ใหม่ สำหรับใส่วิทยาศาสตร์ ให้เหมาะสำหรับการพกพา และปรับกล่องบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและดึงดูดกลุ่มคนรักสุขภาพ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีกระบวนการผลิตที่มีส่วนร่วมทั้งหน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลบางยี่โท พัฒนาชุมชนอำเภอบางไทร กลุ่มสตรีแม่บ้านเกาะหลวง และทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าในตำบลทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มสตรีแม่บ้านเกาะหลวง หมู่3 บางยี่โท

**ออนไลน์ :** วิทยาศาสตร์เพื่อสุขภาพ ต.บางยี่โท Healthy Krayasart Cereal Bars

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

### รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านกลิ้ง อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** หมูแผ่น (หมูส้มบ้านกลิ้ง)

**รายละเอียด :** หมูแผ่น (หมูส้มบ้านกลิ้ง) เป็นชื่อแบรนด์สินค้าที่ตำบลบ้านกลิ้งมีเกิชื่อตั้งนั้นคือ "หลวงพ่อเพิ่ม" วัดป้อมแก้ว มีพุทธาคมเด่นทางแคล้วคลาดเมตตา มหาอำนาจ (เสือแผ่น) กลายมาเป็นชื่อแบรนด์สินค้าอันเป็นมงคล และถือเป็นหมูส้มสูตรกรุงเก่า

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการพัฒนาสูตรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมูแผ่น (หมูส้มบ้านกลิ้ง)

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าหมูแผ่น (หมูส้มบ้านกลิ้ง) ผ่านช่องทางออนไลน์

-

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partners**

ร้านขายหมูหรือโรงฆ่าสัตว์ที่ได้มาตรฐาน

บริษัทขนส่งที่จะเป็นคู่ค้าในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายทั่วประเทศ

บริษัทที่ทำการตลาดโฆษณาเพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าและสร้างการเติบโตของผลิตภัณฑ์

**Key Activities**

การจัดซื้อวัตถุดิบและส่วนผสมต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสมัย

คิดค้นและปรับปรุงสูตรหมูส้มให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์

การขนส่งต้องติดต่อกับบริษัทขนส่งเพื่อทำการทำข้อตกลงเรื่องระยะเวลาในการขนส่ง

การติดต่อกับบริษัทการตลาดเพื่อทำการตลาดและโปรโมทสินค้าให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

**Key Resources**

เงินทุนในการผลิตสินค้า

วัตถุดิบในการทำหมูส้ม

สูตรทำหมูส้มบ้านกลิ้ง

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มอาหารแปรรูปบ้านกลิ้ง

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลบ้านกลิ้ง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / VRU U2T

/ VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านกลิ้ง อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กระเป๋าคู่ไก่ต๊อก

**รายละเอียด :** กระเป๋าคู่ไก่ต๊อก เป็นกระเป๋าคู่ที่ทำจากผ้าฝ้ายสีน้ำตาลเข้มของตำบลบ้านกลิ้ง นั่นคือ "ไก่ต๊อก" สัตว์เลี้ยงที่อยู่เคียงคู่กับวัดป้อมแก้วและเป็นสัตว์เลี้ยงประจำตัวหลวงพ่อเพิ่ม เกจิชื่อดังแห่งกรุงเก่า

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการออกแบบและพัฒนากระเป๋าคู่ไก่ต๊อก

เทคนิคการตัดเย็บกระเป๋าคู่ไก่ต๊อก

เทคนิคการจำหน่ายกระเป๋าคู่ไก่ต๊อก ผ่านช่องทางออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partners**

ร้านขายผ้าและอุปกรณ์ตัดเย็บ

บริษัทขนส่งที่จะเป็นผู้ดำเนินการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายทั่วประเทศ

บริษัทที่ทำการตลาดโฆษณาเพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าและสร้างการเติบโตของผลิตภัณฑ์

**Key Activities**

การจัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตกระเป๋าคู่

คิดค้นและปรับปรุงสูตรหม้อมันให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์

การขนส่งต้องติดต่อกับบริษัทขนส่งเพื่อทำการทำข้อตกลงเรื่องระยะเวลาในการขนส่ง

การติดต่อกับบริษัทการตลาดเพื่อทำการตลาดและโปรโมชั่นสินค้าให้เป็นที่ยอมรับและเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

**Key Resources**

เงินทุนในการผลิตสินค้า

วัสดุอุปกรณ์ในการทำกระเป๋าคู่ไก่ต๊อก

รูปแบบกระเป๋าคู่ไก่ต๊อกที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

**Value Proposition**

การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มสตรีแม่บ้านบ้านกลิ้ง

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลบ้านกลิ้ง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / VRU U2T

/ VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านเกาะ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : โมจิ บ้านเกาะ

รายละเอียด : สืบเนื่องจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ไข่เค็ม กล้วย กล้วยสุก ใช้น้ำนมข้าวเป็นส่วนผสมเพิ่มความหอม ภายในบรรจุไส้เช่น ถั่วไข่เค็ม เผือก ข้าวตอก กล้วยทอด กล้วยไข่เค็ม เป็นต้น

## 02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาสูตรโมจิ ที่มีส่วนผสมจากน้ำนมข้าว

กล่องบรรจุภัณฑ์ที่รักษ์สิ่งแวดล้อม

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Business model canvas "โมจิบ้านเกาะ"

Key Partner

- วิทยาลัยชุมชน
- เทศบาลตำบล
- ม.ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
- กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าว
- เกษตรอำเภอ

Key Activity

- ตลาดออนไลน์
- บริการขายตรง
- ส่งเสริมภูมิปัญญาการทำข้าวตอกโบราณมาทำไส้
- สร้างอัตลักษณ์ชุมชน
- สร้างคุณค่าการพึ่งพาตนเอง
- นำทรัพยากรท้องถิ่น เช่น ข้าว มาสร้างนวัตกรรม
- เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ

Values Proposition

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : กลุ่มแม่บ้านชนบทไทย ตำบลบ้านเกาะ

ออนไลน์ : ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านเกาะ จ.พระนครศรีอยุธยา / VRU U2T / VRU

Marketplace

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านเกาะ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : น้ำมันเหลือง บ้านเกาะ

รายละเอียด : น้ำมันเหลืองสมุนไพรเพื่อสุขภาพใช้บรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ/ลม  
บรรเทาอาการเวียนศีรษะ หน้ามืด

## 02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ใช้องค์ความรู้ทางการตลาดเช่นการทำ content

ใช้เทคนิคการสกดร้อน

-

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

Business model canvas "น้ำมันเหลืองบ้านเกาะ"

Key Parther

- โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพส่วนตำบล
- กลุ่มสม.ประจำตำบล
- เทศบาลตำบล
- ม.ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
- กลุ่มแพทย์แผนไทย

Key Activity

- ตลาดออนไลน์
- บริการขายตรง
- บริการสุขภาพเสริม
- ส่งเสริมภูมิปัญญาด้านการใช้สมุนไพร
- สร้างอัตลักษณ์ชุมชน
- สร้างคุณค่าการพึ่งพาตนเอง
- คุณค่าด้านยาจากพืชสมุนไพร เช่นโพลี เสด็จพอง
- สูตรโบราณ
- บรรเทาอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ

Values Proposition

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : บ้านป่าเรียม อสม.

ออนไลน์ : ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านเกาะ จ.พระนครศรีอยุธยา / VRU U2T / VRU

Marketplace

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านแปง อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ของที่ระลึกปูนปั้น "เรือรับพร"

รายละเอียด : งานศิลปหัตถกรรมปูนปั้นรูปทรงเรือโบราณ เกิดจากแนวคิดการอนุรักษ์วิถี  
สายน้ำของชาวกรุงเก่า ควบคู่กับการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ซึ่งในอดีตที่ผู้คนสัญจรทางน้ำ  
เป็นหลัก โดยชุมชนบ้านแปงอาศัยอยู่เคียงคู่กับสายน้ำมาหลายชั่วอายุคน ได้แก่ "แม่น้ำ  
น้อย"

## 02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการออกแบบและพัฒนาของที่ระลึก "เรือรับพร" บ้านแปง

องค์ความรู้ในการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก "เรือรับพร" บ้านแปง ผ่านรูปแบบออนไลน์

-

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners

หน่วยงานราชการในพื้นที่

ผู้ประกอบการ/ชาวบ้านในพื้นที่(วิสาหกิจ-อุปกรณ)

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

Key Activities

การถ่ายทอดองค์ความรู้การผลิตของที่ระลึกปูนปั้น

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การ Promote ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Facebook Youtube TikTok

การรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของตำบลบ้านแปง

Key Resources

อุปกรณ์ในการทำศิลปกรรมปูนปั้นข้อมูลประวัติตำบลบ้านแปง ประวัติวัดหลวงพ่อน้อย ประเพณี

ไหว้หลวงพ่อน้อย ประเพณีรับขวัญพระแม่โพสพ

ศูนย์การเรียนรู้บ้านปูนปั้น

เงินทุน U2T for BCG

บุคคล สมาชิก บัณฑิต ประชาชนทั่วไป ชาวบ้านในพื้นที่ที่สนใจ

Value Proposition

คุณค่าทางจิตใจความศักดิ์สิทธิ์ขององค์หลวงพ่อน้อย

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ศูนย์การเรียนรู้บ้านปูนปั้น

ออนไลน์ : U2T for BCG ตำบลบ้านแปง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / VRU U2T

/ VRU Marketplace

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านแปง อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ขนมห่มบ้านแปง

**รายละเอียด :** ขนมห่มบ้านแปง สูตรโบราณชาวกรุงเก่า เป็นขนมประจำถิ่นของชาวบ้านแปงที่มีการสืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของปาล์มย ชาวบ้านแปง สีของขนมที่ทำจากสีของธรรมชาติ รสชาติหวานหอม มีความเหนียวนุ่ม และสดสะอาด โดยคัดสรรวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน

## 02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าแบบนมดื่ม บ้านแปง ผ่านรูปแบบออนไลน์

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมห่มบ้านแปง

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

Key Activities

การถ่ายทอดองค์ความรู้การทำขนมดื่ม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การตลาด การ Promote ผ่านการท่องเที่ยวตลาดวัดหลวงพ่อน้อย

Storytelling ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

Key Resources

วัตถุดิบและอุปกรณ์ในการทำขนมดื่ม

ข้อมูลประชาชนชาวบ้าน

บุคคล สมาชิก บัณฑิต ประชาชนทั่วไป ชาวบ้านในพื้นที่สนใจ

เงินทุน U2T for BCG

Value Proposition

คุณค่าทางโภชนาการสดใหม่ สะอาด มีประโยชน์ต่อร่างกายจากสมุนไพร

ความสะดวกต่อการเลือกซื้อบริการส่งทางไปรษณีย์และขนส่งเอกชน

การรองรับความต้องการที่หลากหลายมีหลายปริมาณและรสชาติให้เลือกซื้อ

Customer Relationships

บริการการส่งเสริมให้ผู้รับผิดชอบในการขายสินค้าชุมชนมี Service mind ทั้งก่อนและหลัง

การขาย ให้ข้อมูลลูกค้ารวดเร็วครบถ้วน

การขยายให้ข้อมูลลูกค้ารวดเร็วครบถ้วน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านขนมไทยบ้านแปง / ร้านบ้านลัมย์

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลบ้านแปง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / VRU U2T

/ VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านม้า อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กองเที่ยวบ้านม้า ชมไร่นา ทานกึ่งแม่น้ำ

**รายละเอียด :** การจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวตำบลบ้านม้า"กองเที่ยวบ้านม้าชมไร่นาทานกึ่งแม่น้ำ"เป็นการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแบบOneDayTripการจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวตำบลบ้านม้า "กองเที่ยวบ้านม้า ชมไร่นา ทานกึ่งแม่น้ำ" เป็นการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแบบ One Day Trip การจัดสร้างวิดีโอประชาสัมพันธ์และสื่อออนไลน์ การท่องเที่ยวตำบลบ้านม้า อำเภอบางไทร 1 วัน เพื่อเกิดรายได้หมุนเวียนกับคนในชุมชน

## 02 : เป้าหมาย

**กองเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ**

ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวบ้านม้า

เทคนิคการสร้างวิดีโอทัศนียภาพประชาสัมพันธ์แพคเกจท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์

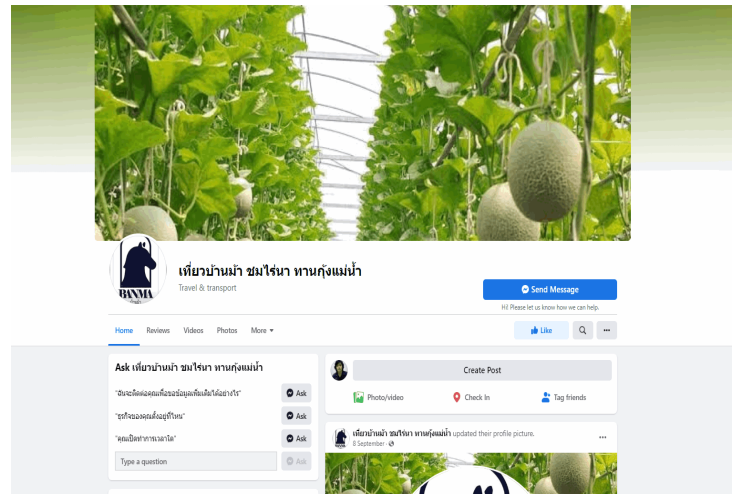
-

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

Key partners – กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลบางไทร อำเภอบ้านม้า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางไทร เทศบาลตำบลบางไทร BCG (U2T for BCG) และ ชุมชน Key Activities (Action) – สำรวจพื้นที่เส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน จัดทำวิดีโอเพื่อนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อนำมาลงในช่อง YouTube Key Resource – แหล่งพื้นที่ชุมชนที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ Value Positions – เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมที่คนในประเทศรู้จัก เป็น package การท่องเที่ยวที่ราคาถูกในราคาที่ทุกคนสามารถมาเที่ยวได้ สามารถขาย package การท่องเที่ยวผ่านทางหน้าร้าน และทาง website Facebook Customer Relationship – package การท่องเที่ยว สื่อออนไลน์ ออฟไลน์ ร้านค้าในชุมชน และงานแสดงสินค้าต่างๆ Channels – Line Phone Facebook VRU Marketplace ร้านค้าในชุมชน และร้านค้าทั่วไป Customer Segment – กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ Cost Structure – ต้นทุนในการสำรวจพื้นที่เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ต้นทุนในการทำวิดีโอโฆษณาช่อง YouTube และสื่อออนไลน์ต่าง และต้นทุนในการจัดการแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมและน่าสนใจ Revenue Structure – รายได้จากผู้ซื้อ package กองเที่ยว และรายได้จากกิจกรรมต่างๆระหว่างนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว

## 06 : ผลิตภัณฑ์/บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ที่ทำการกำนันตำบลบ้านม้า อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ออนไลน์ :** เที่ยวบ้านม้า ชมไร่นา ทานกึ่งแม่น้ำ

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านนา อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กระเป๋าแฟชั่นจกสานบ้านนา

**รายละเอียด :** การดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใส่กระเป๋าแฟชั่นเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ยกย่องสินค้าของชุมชนให้มีความน่าสนใจและมีความทันสมัย เพิ่มสร้างอาชีพเพิ่มยอดขายให้กับคนในชุมชน ตลอดจนสามารถตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในรูปแบบออนไลน์ได้มากยิ่งขึ้น

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่กระเป๋าแฟชั่นจกสานบ้านนา

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

-

## 05 : แผนธุรกิจ

Key partners - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลบางไทร อำเภอบ้านนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางไทร เทศบาลตำบลบางไทร BCG (U2T for BCG) และชุมชน Key Activities (Action) - จัดหาวัสดุในการผลิต (ในท้องถิ่น) จัดหาวัสดุในการผลิต (นอกท้องถิ่น) / นำเข้าเพื่อการผลิต) จัดทำวิดีโอเพื่อนำเสนอเพื่อรับ Order ในชุมชนเพื่อนำมาลงในช่อง YouTube Key Resource - แหล่งพื้นที่ชุมชนที่เป็นศูนย์รวมช่างในการทำจักสาน Value Positions - เป็นแหล่งรวมจักสาน เป็นสินค้าที่สามารถทำขายตาม Order ได้ สามารถขาย package งานจักสานรูปแบบต่างๆ สื่อ ออนไลน์ ออฟไลน์ ร้านค้าในชุมชน และงานแสดงสินค้าต่างๆ Channels - Line Phone Facebook VRU Marketplace ร้านค้าในชุมชน และร้านค้าทั่วไป Customer Segment - กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมกระเป๋าจักสานจากวัสดุธรรมชาติ Cost Structure - ต้นทุนของวัสดุพื้นที่ และวัสดุที่ต้องนำเข้าเพื่อพัฒนาเป็นสินค้าของเครื่องจักสาน ต้นทุนในการจัดการวัสดุ และรูปแบบการผลิตที่เหมาะสมและน่าสนใจ (รูปแบบตามเทรนด์) Revenue Structure - รายได้จากผู้ซื้อสินค้าจักสาน รายได้จากกิจกรรมต่างๆ ระหว่างนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว พสมการจำหน่ายสินค้าเครื่องจักสาน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** อบต.บ้านนา

**ออนไลน์ :** อบต.บ้านนา

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ไฟพระ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** พริกแกงสีทองก้อนอบแห้ง

**รายละเอียด :** พริกแกง ที่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพรโดยคนในตำบลไฟพระช่วยกันปลูกอย่างปลอดภัย มาโขลกและปั่นให้ละเอียดโดยไม่มีส่วนผสมของน้ำ ที่มีกลิ่นหอมของสมุนไพรจนเป็นเอกลักษณ์ของพริกแกงสีทอง โดยที่พริกแกง 1 ก้อน จะมีน้ำหนัก 50 กรัม ต่อเนื้อปลา 1 ลิตร สามารถทำแกงเผ็ด

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและการถนอมอาหาร

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

## 05 : แผนธุรกิจ

ธุรกิจพริกแกงสีทองก้อนอบแห้ง ตำบลไฟพระ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อาศัยนวัตกรรมการผลิตพริกแกงให้มีรสชาติคงที่และมีมาตรฐานเหมาะสมสำหรับคนรักสุขภาพ โดยมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายทั้งภายในและภายนอกชุมชน โดยพันธมิตรทางธุรกิจคือ องค์การบริหารส่วนตำบลไฟพระ เกษตรอำเภอบางไทร และร้านอาหารตามสั่งในตำบลไฟพระ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,800

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** วิทยาลัยชุมชนพริกแกงไฟพระ

**ออนไลน์ :** ไฟพระสีทอง

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ



รูปก่อน

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ไผ่พระ อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** พริกเผาสีทองใส่หลอดบับ

**รายละเอียด :** พริกเผา ที่มีส่วนผสมเป็นสมุนไพรโดยคนในตำบลไผ่พระช่วยกันปลูกอย่างปลอดภัย มาเผาก่อนนำไปโขลกและผัดให้สุกจนได้กลิ่นหอมของสมุนไพรจนเป็นเอกลักษณ์ของพริกเผาสีทองเหมาะสำหรับรับประทานเป็นน้ำพริกกับผักต้ม สามารถนำไปประกอบการทำอาหาร

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนารัฐกิจภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการถนอมอาหารและการยืดอายุการเก็บรักษา

การพัฒนารัฐกิจภัณฑ์และตราสินค้า

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

ธุรกิจพริกเผาสีทองใส่หลอดบับ ตำบลไผ่พระ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อาศัยนวัตกรรมการผลิตพริกเผาสีทองใส่หลอดบับ ให้มีรสชาติคงที่และมีมาตรฐาน เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพ โดยมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายทั้งภายในและภายนอกชุมชน อีกทั้งพันธมิตรทางธุรกิจคือองค์การบริหารส่วนตำบลไผ่พระ เกษตรอำเภอบางไทร และร้านอาหารตามสั่งในตำบลไผ่พระ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,240

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** วิสาหกิจชุมชนพริกแกงไผ่พระ

**ออนไลน์ :** ไผ่พระสีทอง

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.เขาดงกรรจ อ.เขาดงกรรจ จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

#### 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** เสื้อคลุมผ้าทอลายค้างคาว (เขาดงกรรจ)

**รายละเอียด :** เสื้อคลุมผ้าทอลายค้างคาว (เขาดงกรรจ) เป็นเสื้อคลุมฮาโอริ สไตล์ญี่ปุ่น เพื่อให้ความทันสมัยใหม่มากขึ้นสำหรับทุกเพศ ทุกช่วงวัยสามารถสวมใส่ได้ในทุกโอกาส ซึ่งตำบลเขาดงกรรจ มีการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมการทอผ้าด้วยกี่ และได้นำทุนที่มีอยู่ในตำบลเขาดงกรรจ

#### 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

#### 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

#### 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการจำหน่ายเสื้อคลุมผ้าทอลายค้างคาวผ่านช่องทางออนไลน์

เทคนิคการออกแบบลวดลาย และการตัดเย็บผ้าทอเป็นเสื้อคลุมผ้าทอลายค้างคาว (เขาดงกรรจ)

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



#### 05 : แผนธุรกิจ

ออกแบบลวดลายของเสื้อ ให้ความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งมีลักษณะเด่น คือ ค้างคาว และสีที่มีความหมายที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น โดยมี Key partners สำคัญคือ ได้แก่ เทศบาลตำบลเขาดงกรรจ วิทยาลัยชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข ที่ว่าการอำเภอเขาดงกรรจ

#### 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

#### 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,250

#### 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** วิทยาลัยชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านพรสวรรค์

**ออนไลน์ :** U2T เขาดงกรรจ / VRU U2T / VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.เขาดงกรรจ์ อ.เขาดงกรรจ์ จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ช็อคโกแลตไทยอวล

**รายละเอียด :** ช็อคโกแลตไทยอวล เกิดจากการกระบวนการแปรรูปผลโกโก้กลายเป็นช็อคโกแลตที่มีสูตรพิเศษเฉพาะตัว สร้างความแตกต่างที่ไม่เหมือนใครด้วยเสน่ห์ของพื้นที่ตำบลเขาดงกรรจ์ พืชพืชกันทุกขั้นตอนตั้งแต่การปลูกจนถึงการแปรรูปแบบอบแห้ง มีรสชาติของความเป็นไทยที่ชัดเจน

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีการขึ้นรูปและรักษาอุณหภูมิให้คงตัวของช็อคโกแลตไทยอวล เขาดงกรรจ์ การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ช็อคโกแลตไทยอวล เขาดงกรรจ์ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

-

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partners**

- เกษตรกรผู้ปลูกรายอื่น
  - แรงงานที่มีคุณภาพ
  - Supplierบริษัทผู้ผลิตเครื่องมือ
  - ผู้ผลิตช็อคโกแลตภายในประเทศ
  - ร้านอาหารร้านค้าโรงแรม
  - แหล่งกระจายสินค้า
  - ผู้ที่มีชื่อเสียงทุกวงการ
- Key Activities**
- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
  - การทำการตลาดออนไลน์
  - การตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ
  - การบริหารความเสี่ยง
- Key Resources**
- เงินทุน
  - แรงงานที่มีคุณภาพ
  - วัตถุดิบ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** วิทยาลัยชุมชนอยู่เป็นสุขบ้านสันติสุข๑เขาดงกรรจ์

**ออนไลน์ :** U2T เขาดงกรรจ์ / VRU U2T / VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.พระเพลิง อ.เขาดรจร จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** เสื้อกักค้ำคาวบ้านพระเพลิง

**รายละเอียด :** เป็นเสื้อที่ทำจากต้นกก โดยสร้างสรรค์ให้มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของค้ำคาวในจังหวัดสระแก้ว กลุ่มเสื้อกักค้ำคาวแบบให้เป็นลวดลายของเสื้อ และทำบรรจุภัณฑ์ในผลิตภัณฑ์ที่จกสานสามารถพกพาได้ง่ายสะดวกสบาย

## 05 : แผนธุรกิจ

ใช้ต้นกกจากในท้องถิ่นมาก่อเสื้อ จุดเด่นคือมีเส้นใหญ่ หนาแน่น ไม่ขึ้นรา ลวดลายออกแบบจากภูมิปัญญาชาวบ้านไม่ซ้ำลายที่อื่น ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นกระบอกสานไม้ไผ่ และมีสายสะพาย มีพันธมิตรทางธุรกิจเป็นวิสาหกิจกอกเสื้อกักและกลุ่มจักสานไม้ไผ่ มีการนำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นรูปแบบการนำเสนอที่มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบลวดลายค้ำคาวที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน

การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,495

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนบ้านพระเพลิง

**ออนไลน์ :** U2T ตำบลพระเพลิง by VRU / VRU Marketplace / VRU U2T

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



☎ 063-665-3599 ☎ 092-252-9978 ต.พระเพลิง อ.เขาดรจร จ.สระแก้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.พระเพลิง อ.เขาวงกต จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** โครงการปลูกประคบสมุนไพร

**รายละเอียด :** ใช้สมุนไพรปลอดสารเคมีปลูกเองในท้องถิ่น ซึ่งมีประโยชน์และมีสรรพคุณมากมาย มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสะดวกพร้อมใช้งานด้วยหม้อร้อนกันสนิม ในแนวคิด เปิด/เท/ลบ

## 05 : แผนธุรกิจ

สมุนไพรที่ปลอดสารเคมีและมีอยู่แล้วในท้องถิ่นสรรพคุณของสมุนไพรที่ใช้คือช่วยผ่อนคลายกล้ามเนื้อจากความเมื่อยล้าและมักลื่นที่สัดขึ้นมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะดวกพร้อมใช้งานในแนวคิดเปิด/เท/ลบ มีกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจเป็นกลุ่มผู้ปลูกสมุนไพรในท้องถิ่น มีการนำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นรูปแบบการนำเสนอที่ความทันสมัย ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรคจากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบป้ายบอกรายละเอียดของสินค้า โดยใช้ QR code

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นหม้อร้อน

การออกแบบตราสินค้า

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,190

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนบ้านพระเพลิง

**ออนไลน์ :** U2T ตำบลพระเพลิง by VRU / VRU-Marketplace Fanpage / VRU U2T

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ชัยมะกรุ อ.คลองหาด จ.สระแก้ว



บัณฑิต

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

#### 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กระเป๋าเลือกกชัมมะกรุ

**รายละเอียด :** แปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์เลือกกชัมมะกรุให้เป็นกระเป๋าที่มีรูปลักษณะสวยงามทันสมัยเหมาะกับทุกช่วงวัยและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ซึ่งเป็นการต่อยอดสืบสานมรดกอันเป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดจากบรรพบุรุษ

#### 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

#### 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

#### 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบผลิตภัณฑ์จากเลือกกชัมมะกรุที่มีอัตลักษณ์ชุมชน

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



#### 05 : แผนธุรกิจ

พัฒนาออกแบบรวดเร็วและรูปทรงกระเป๋าจากเลือกกชัมมะกรุโดยมีกลุ่มเป้าหมายลูกค้าคือกลุ่มคนที่ทั่วไปที่ชอบใช้กระเป๋าจากผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยมีช่องทางการขายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ และมี Key partners คือ องค์การบริหารส่วนตำบลชัยมะกรุ วิทยาลัยชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงแผ่นดินของพ่อ และร้าน Coffee B

#### 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

#### 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,900

#### 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** Coffee B

**ออนไลน์ :** U2T ต.ชัยมะกรุ จ.สระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ชั้บมะกรุด อ.คลองหาด จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผักไฮโดรโปนิคส์ชั้บมะกรุด

**รายละเอียด :** ผักไฮโดรโปนิคส์ชั้บมะกรุด เป็นผักปลอดภัยที่ไม่เน้นการใช้ปุ๋ยเคมี มีผักให้เลือกหลากหลายชนิด อาทิ ผักกาดขาว คะน้า คื่นช่าย กรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค สลัดคอส และต้นหอม เป็นต้น อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่พกพาสะดวก

## 02 : เป้าหมาย

**เกษตรปลอดภัย**

การติดตามกระบวนการทางการเกษตร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการปลูกผักไฮโดรโปนิคส์

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

ส่งเสริมการปลูกผักผักไฮโดรโปนิคส์ จัดทำแบรนด์และออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มคุณภาพให้กับสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนทั่วไปที่ชอบทานผัก และมี Key partners คือ องค์การบริหารส่วนตำบลชั้บมะกรุด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง แผ่นดินของพ่อ ร้าน Coffee B

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงแผ่นดินของพ่อ

**ออนไลน์ :** U2T ต. ชั้บมะกรุด จ.สระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.เบญจบรร อ.คลองหาด จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผงมันม่วง

**รายละเอียด :** ผงมันม่วงสุกบดละเอียด สีม่วงสด ผลิตจากมันม่วงในชุมชนตำบลเบญจบรร อ.คลองหาด จ.สระแก้ว บรรจุในถุงอย่างดี เก็บไว้ได้นานและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนานวัตกรรมเครื่องบดผง

องค์ความรู้กระบวนการผลิตผงมันม่วง

การพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ชนิดกึ่งแสงเพื่อรักษาอายุการเก็บรักษา

## 05 : แผนธุรกิจ

การส่งเสริมการแปรรูปมันม่วงสู่ผงมันม่วง โดยใช้มันม่วงตากเกรดที่ปลูกในชุมชนตำบลเบญจบรร นำมาผลิตเป็นผงเพื่อเพิ่มมูลค่าให้มันม่วงตากเกรด สามารถเก็บได้นาน และนำไปประกอบอาหารได้หลากหลายเมนู สามารถจัดจำหน่ายในรูปแบบออฟไลน์ และออนไลน์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการจัดจำหน่ายคือ กลุ่มร้านเบเกอรี่ และร้านอาหาร ซึ่งการทำงานได้รับการร่วมมือจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคลองหาด และองค์การบริหารส่วนตำบลเบญจบรร

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** Wan La-moon (หวานละมุน)

**ออนไลน์ :** Wan La-moon, VRU U2T, VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.เบญจขจร อ.คลองหาด จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ชุดอาหารว่างจากพวงมณีม่วง

**รายละเอียด :** ชุดอาหารว่างจากพวงมณีม่วง โดยการนำพวงมณีม่วงจากชุมชนแปรรูปเป็นขนมต่างๆพร้อมจัดเป็นชุดในกล่องที่สวยงามและมีมาตรฐานพร้อมรองรับการประชุมอบรมสัมมนาและกิจกรรมต่างๆ

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

องค์ความรู้ในการพัฒนาสูตรอาหารให้มีความหลากหลายมากขึ้น

องค์ความรู้ในการพัฒนาเลือกใช้บรรจุภัณฑ์สำหรับการ "บรรจุร้อน"

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



**รูปหลัง**







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.โคกสูง อ.โคกสูง จ.สระแก้ว



บัญชี

7 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแก้ไอสูง

**รายละเอียด :** สมุนไพรแก้ไอ ประกอบด้วยสมุนไพรพื้นบ้านหลายชนิด เช่น ขมิ้น ไพล ตะไคร้ มะกรูด ใบมะขาม ฯลฯ ช่วยผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ช่วยให้อาการไอดีขึ้น ช่วยลดอาการไอเรื้อรัง ช่วยลดอาการไอเรื้อรัง ช่วยลดอาการไอเรื้อรัง

## 05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแก้ไอ ที่ประกอบด้วยสมุนไพรพื้นบ้านหลายชนิด เช่น ขมิ้น ไพล ตะไคร้ มะกรูด ใบมะขาม ฯลฯ ช่วยให้อาการไอดีขึ้น ช่วยลดอาการไอเรื้อรัง ช่วยลดอาการไอเรื้อรัง ช่วยลดอาการไอเรื้อรัง

## 02 : เป้าหมาย

ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยใช้วิธีการอบ

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

การพัฒนาทักษะการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,100

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลโคกสูง

**ออนไลน์ :** ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลโคกสูง

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.โคกสูง อ.โคกสูง จ.สระแก้ว



บัญชี

7 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

#### 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** พริกแกงสดฤทธิ์

**รายละเอียด :** พริกแกงสดฤทธิ์ใช้วัตถุดิบที่ปลูกในชุมชน เช่น พริก ตะไคร้ ข่า ใบมะกรูด นำมาทำเป็นพริกแกงเน้นกระบวนการผลิตที่สะอาด ปลอดภัย และพัฒนาคุณภาพของพริกแกง รวมถึงพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า

#### 05 : แผนธุรกิจ

ผลิตพริกแกงโดยเน้นกระบวนการผลิตที่ใช้วัตถุดิบที่ปลูกในชุมชน เช่น พริก ตะไคร้ ข่า ใบมะกรูด นำมาทำเป็นพริกแกง และมีการพัฒนาคุณภาพของพริกแกง รวมถึงพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า โดยมีรูปแบบการจำหน่ายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นทั้งบุคคลทั่วไป ร้านค้าชุมชน ร้านอาหาร และกลุ่มคนไทยที่อยู่ต่างประเทศ Key Partners ได้แก่ เทศบาลตำบลโคกสูง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลโคกสูง กลุ่มแม่บ้านตำบลโคกสูง ร้านค้าป่าอำพร

#### 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

#### 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

#### 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและเก็บรักษาได้นานโดยการอบแห้ง

การพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

#### 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

#### 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,800

#### 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนบ้านป่าอำพร

**ออนไลน์ :** ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลโคกสูง

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.โนนหมากมูน อ.โคกสูง จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ยอเห็ด

รายละเอียด : ยอเห็ด เป็นสูตรของทางตำบลโนนหมากมูน อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว วัตถุประสงค์หลักใช้เห็ดนางฟ้าคุณภาพดีเป็นเห็ดที่ปลอดสารพิษ ไม่ใส่สารกันบูด ไม่ใส่น้ำตาล ผสมอกไก่ไม่มีมันไม่ต้องกลัวอ้วน เหมาะสำหรับคนรักสุขภาพ

## 02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การแปรรูปเห็ดนางฟ้า เป็นยอเห็ด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

ผลิตภัณฑ์ยอเห็ดตำบลโนนหมากมูน เป็นพื้นที่ที่มีการผลิตเห็ดนางฟ้ามาอย่างต่อเนื่องได้มีการนำเอาผลผลิตจากเห็ดนางฟ้ามาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เห็ดยอซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ทำจากเนื้ออกไก่เห็ดนางฟ้าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเหมาะสำหรับคนที่รักสุขภาพต้องการลดน้ำหนักหรือควบคุมอาหารโดยทานเป็นอาหารคีโตในชุมชนมีการนำออกจำหน่ายช่วงระยะหนึ่งในการนี้ต้องการที่จะพัฒนาตราสินค้าบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ดูทันสมัยน่าสนใจดึงดูดความสนใจของลูกค้าและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายนอกจากในชุมชนเป็นพื้นที่ใกล้เคียงภายในตัวจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน Key Partner ในพื้นที่ได้แก่ เกษตรอำเภอโคกสูง ทศน.อำเภอโคกสูง กลุ่มสตรีอำเภอโคกสูง ผู้รับซื้อเห็ดในพื้นที่และร้านค้าชุมชน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 790

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : บ้านเกิดโนนมูน

ออนไลน์ : U2Tโนนหมากมูน จังหวัดสระแก้ว

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.โบนหมากมูน อ.โคกสูง จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ลูกขึ้นเห็ด

**รายละเอียด :** ลูกขึ้นเห็ด เป็นสูตรของทางตำบลโบนหมากมูน อำเภอโคกสูงจังหวัดสระแก้ว วัตถุดิบหลักใช้เห็ดนางฟ้าคุณภาพดี เป็นเห็ดที่ปลอดสารพิษ ปลูกโดยชุมชน ไม่ใส่สารกันบูด ไม่ใส่น้ำตาล ผสมเนื้อไก่ไม่ติดมัน ไม่ต้องกลั่นอ้วน

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การแปรรูปเห็ดนางฟ้า เป็นลูกขึ้นเห็ด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

ลูกขึ้นเห็ด โดยการนำเอาเห็ดที่มีอยู่ในชุมชนซึ่งเป็นกระบวนการใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์และเพิ่มมูลค่าผลผลิตสูงสุด โดยนำมาพัฒนาเป็นลูกขึ้นเห็ด มีส่วนผสมหลักเป็นอกไก่ และเห็ดนางฟ้า สำหรับคนที่รักสุขภาพ ในการดำเนินโครงการจะเป็นการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมในพื้นที่ให้ผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์รูปลักษณ์สวยงาม น่าสนใจ ผลิตภัณฑ์จำหน่ายได้ง่ายขึ้นเพื่อชุมชนจะมีรายได้เพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ยังมี Key Partners สำคัญในพื้นที่ เช่น เกษตรอำเภอโคกสูง กลุ่มสตรีอำเภอโคกสูง กศน.อำเภอโคกสูง ผู้รับซื้อดอกเห็ดในพื้นที่ ร้านค้าชุมชน และโรงเรียนบ้านโบนหมากมูน และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายพื้นที่มากขึ้น

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,765

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** บ้านเกิดโบนมูน

**ออนไลน์ :** U2Tโบนหมากมูน จังหวัดสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.หนองม่วง อ.โคกสูง จ.สระแก้ว



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ลูกประคบหน้าแดง จากข้าวหอมอินทรี

**รายละเอียด :** ลูกประคบหน้าแดงที่ใช้ทรัพยากรในการทำจากข้าวหอมมะลิอินทรีย์และสมุนไพรในพื้นที่ โดยมีส่วนผสมคือ ข้าวสารหอมมะลิอินทรีย์ที่ปลอดสารพิษ ร่วมกับสมุนไพรในแต่สูตรประกอบด้วยสูตรหน้าใส กระชับผิว ลดเลือนริ้วรอยสูตรลดสิว จุดด่างดำ

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการบริการ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น

ใช้องค์ความรู้ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

องค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ข้าวหอมมะลิอินทรีย์และสมุนไพรในพื้นที่

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

การนำทรัพยากรที่มีของตำบลหนองม่วง มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยตำบลหนองม่วงมีการปลูกข้าวหอมมะลิแบบเกษตรอินทรีย์ ในพื้นที่อยู่แล้ว ทางทีมจึงได้นำตัว "ข้าวหอมมะลิอินทรีย์" มาเป็นจุดเด่นหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ลูกประคบผิวหน้าแดง และใช้สมุนไพรในท้องถิ่นมาเป็นส่วนผสมในการทำ โดยจะมีการพัฒนาสูตรทั้งหมด 3 สูตรได้แก่ สูตรลดริ้วรอย สูตรหน้าใส และสูตรลดสิว ซึ่งมุ่งกลุ่มลูกค้าที่ชอบดูแลผิวพรรณและความงาม กลุ่มลูกค้าในสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มลูกค้าสินค้า OTOP กลุ่มลูกค้าของร้านสปา กลุ่มลูกค้าในร้านขายผลิตภัณฑ์ด้านความงาม ช่องทางการขาย ได้แก่ ตลาดชุมชน การออกบูธจัดแสดงสินค้านอกสถานที่ต่างๆ การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และการทำสื่อโฆษณาต่างๆ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,380

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** เรือนสมุนไพรประคบ

**ออนไลน์ :** U2T ตำบลหนองม่วง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.หนองม่วง อ.โคกสูง จ.สระแก้ว



บัญชี

5 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

#### 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ข้าวแต่นราดซอสกล้วย

**รายละเอียด :** ข้าวแต่นราดซอสกล้วยน้ำว้า ซึ่งทำจากข้าวหอมมะลิ โดยการคัดพันธุ์ใหม่ ที่ใช้กล้วยน้ำว้าที่ปลูกอยู่ในพื้นที่ตำบลหนองม่วงนำมาทำเป็นสูตรซอสราดสูตรใหม่ขึ้นมาทั้งนี้ทั้งความอร่อยและได้พลังงานจากกล้วยน้ำว้าราดเป็นน้ำซอสลงบนหน้าข้าวแต่น

#### 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

#### 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

#### 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้การคัดพันธุ์ข้าวใหม่ โดยใช้กล้วยน้ำว้า มาเพิ่มปรุงเป็นซอสราดหน้าข้าวแต่น

การแปรรูปกล้วยน้ำว้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



รูปหลัง



#### 05 : แผนธุรกิจ

ข้าวแต่นราดซอสกล้วยน้ำว้า เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนซึ่งทำจากข้าวหอมมะลิที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรของคนในชุมชน และเป็นการใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการคัดพันธุ์ใหม่ ที่ใช้กล้วยน้ำว้าที่ปลูกอยู่ในพื้นที่ตำบลหนองม่วงอยู่เป็นจำนวนมาก นำมาทำเป็นสูตรซอสราดสูตรใหม่ขึ้นมาทั้งนี้ทั้งความหอม ความอร่อยและได้พลังงานจากกล้วยน้ำว้า ทั้งนี้ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชนด้วย โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มลูกค้าในสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มลูกค้าสินค้า OTOP กลุ่มลูกค้าที่เลือกรับประทานผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย ดีต่อสุขภาพ ร้านกาแฟ ร้านขายขนม

#### 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

#### 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,470

#### 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** มีอยู่แล้ว

**ออนไลน์ :** U2T ตำบลหนองม่วง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.หนองแวง อ.โคกสูง จ.สระแก้ว



บัญชี

2 คน



ประชาชน

6 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** เม็ดมะม่วงหิมพานต์อบสมุนไพร

**รายละเอียด :** เม็ดมะม่วงหิมพานต์อบสมุนไพร มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีโปรตีนสูงและสามารถย่อยง่าย ช่วยทำให้หัวใจแข็งแรง รับประทานง่าย พกพาสะดวก

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการอบเม็ดมะม่วงหิมพานต์พร้อมกับสมุนไพร

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

โดยทางกลุ่มมีความต้องการ พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สร้างการรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้า ใช้กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่น เพิ่ม Story สินค้าให้น่าสนใจ และสร้างแกนนำทำงานให้เกิดความต่อเนื่อง โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีความร่วมมือทางการค้าได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแวง กลุ่มสตรี โดยทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่นกลุ่มคนรักสุขภาพ กลุ่มคนที่เร่งรีบเน้นความสะดวกสบายในการรับประทาน กลุ่มคนที่ชอบทานขนมขบเคี้ยว กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารหรือสินค้าอื่นที่ใช้เม็ดมะม่วงหิมพานต์เป็นส่วนประกอบ และใส่ใจกลุ่มลูกค้ามากขึ้นโดยพัฒนาการดูแลและบริการหลังการขาย เพื่อติดตามความพึงพอใจ และให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน

## 06 : ผลิตภัณฑ์/บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,750

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนบ้านน้อย บ้านหนองเม็ก

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลหนองแวง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.หนองแวง อ.โคกสูง จ.สระแก้ว



บัญชี

2 คน



ประชาชน

6 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ดักแด้อบแห้ง

**รายละเอียด :** ดักแด้จากตัวไหมที่เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นที่ผ่านกระบวนการอบแห้ง มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและเป็นโปรตีนทางเลือก บรรจุลงบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการรับประทาน ทานง่ายพกพาสะดวก เหมาะกับทุกวัย

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การใช้เครื่องอบแห้งพลังงานแสงอาทิตย์

พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยืดอายุการเก็บรักษา และตราสินค้า

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

โดยทางกลุ่มมีความต้องการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่สร้างการรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้าใช้กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่น เพิ่มStoryสินค้าให้น่าสนใจและสร้างแกนนำทำงานให้เกิดความต่อเนื่องโดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีกระบวนการผลิตที่มีส่วนร่วมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแวง กลุ่มสตรีตำบลหนองแวง และทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่มเช่นกลุ่มคนรักสุขภาพกลุ่มต้องการโปรตีนทางเลือกกลุ่มคนที่เร่งรีบเน้นความสะดวกสบายในการรับประทานและใส่ใจกลุ่มลูกค้ามากขึ้นโดยพัฒนาการดูแลการบริการหลังการขายเพื่อติดตามความพึงพอใจและให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ร่วมกัน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนบ้านน้อย บ้านหนองเม็ก

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลหนองแวง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.หนองแวง อ.โคกสูง จ.สระแก้ว



บัญชี

2 คน



ประชาชน

6 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ชาใบหม่อน

รายละเอียด : ชาสมุนไพรใบหม่อนผสมสมุนไพรกลิ่นหอมเป็นชา 3 สหาย ประกอบด้วยส่วนผสมระหว่าง ใบหม่อน ตรีโครีหอมและใบเตยที่ช่วยบำรุงร่างกาย มีกลิ่นหอมจากตรีโครีหอมและช่วยในการขับลมในลำไส้ นอกจากนี้ยังได้กลิ่นหอมและคุณค่าจากใบเตย ที่ช่วยลดอาการอ่อนเพลีย บำรุงหัวใจและลดความดัน

## 02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและสะดวกต่อการขนส่ง

เทคนิคการลดความชื้นจากใบหม่อนสด

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

โดยทางกลุ่มมีความต้องการ พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สร้างการรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้า ใช้กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่น เพิ่ม Story สินค้าให้น่าสนใจ และสร้างแกนนำทำงานให้เกิดความต่อเนื่อง โดยมีช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีความร่วมมือทางการค้าได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแวง กลุ่มสตรี โดยทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่นกลุ่มคนรักสุขภาพ กลุ่มคนที่เร่งรีบเน้นความสะดวกสบายในการรับประทาน กลุ่มคนที่ชอบทานขนมขบเคี้ยว กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารหรือสินค้าอื่นที่ใช้เม็ดมะม่วงหิมพานต์เป็นส่วนประกอบ และใส่ใจกลุ่มลูกค้ามากขึ้นโดยพัฒนาการดูแลการบริการหลังการขาย เพื่อติดตามความพึงพอใจ และให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 900

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ร้านค้าชุมชนบ้านน้อย บ้านหนองเม็ก

ออนไลน์ : U2T for BCG ตำบลหนองแวง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.โคคลาน อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** เครื่องดื่ม Mulberry

**รายละเอียด :** น้ำดื่มบลเบอร์รี่ เป็นน้ำดื่มเพื่อสุขภาพ ดื่มปลอดภัยจากสารพิษ เพื่อส่งมอบถึงมือผู้บริโภคที่มีความสดใหม่ สะอาดของผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบ มีการเก็บรักษาคุณภาพประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ อำนาจความสะดวกในการส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคเร็วทันเวลา เป็นพื้นที่ที่มีการปลูกไม้

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้การผลิตน้ำดื่มบลเบอร์รี่ด้วยกระบวนการพาสเจอร์ไรซ์

การออกแบบนวัตกรรมการนำขวด Bio พลาสติกและขวดแก้ว มาเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับ

การขายออนไลน์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มบลเบอร์รี่

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

น้ำดื่มบลเบอร์รี่ผลิตจากผลผลิตในชุมชนร้อยละ 100 และปลอดภัยด้วยกระบวนการพาสเจอร์ไรซ์โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนที่ชอบทานเครื่องดื่มจากผลไม้ น้ำดื่มบลเบอร์รี่ผลิตจากผลผลิตในชุมชนร้อยละ 100 สะอาด และปลอดภัยด้วยกระบวนการพาสเจอร์ไรซ์ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม น่าทาน มีการจัดจำหน่ายในรูปแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ได้ในโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มคนที่ชอบทานเครื่องดื่มจากผลไม้ ซึ่งได้รับการสนับสนุนและร่วมมือจากภาคีเครือข่าย ได้แก่ พัฒนาการชุมชนอำเภอตาพระยา และตลาดชุมชนโคคลาน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** วิทยาลัยชุมชนฝึกปลอดภัยบ้านแม่คำป๋ม

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลโคคลาน อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว, U2T VRU, VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.โคคลาน อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ

**รายละเอียด :** ผัก ที่ผลิตจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักปลอดภัยบ้านมะคำปุม ตำบลโคคลาน ที่ได้มาตรฐาน GAP มีการดำเนินการจัดทำข้อตกลงของกลุ่มที่ชัดเจน ในการรวมตัวเพื่อผลิตผักปลอดภัย เพื่อส่งมอบคุณค่า และความห่วงใยจากผู้ปลูก จนถึงมือผู้บริโภค ด้วยความสด สะอาด และปลอดภัย

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

เทคโนโลยีบรรจุกักเก็บ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้การปลูกผักปลอดภัยตามมาตรฐาน GAP และการจัดการใช้สารเคมีในการผลิต

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับการขายออนไลน์

เทคโนโลยีการเกษตรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (ด้านการจัดการวงจรการผลิต)

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

ผักปลอดภัยผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักปลอดภัย บ้านมะคำปุม มีความสด สะอาด และปลอดภัยเป็นการปลูกผักในรูปแบบเกษตรปลอดภัยเพื่อส่งมอบคุณค่าและความห่วงใยจากผู้ปลูก มีแพ็คเกจจิ้งที่สวยงาม สามารถจัดจำหน่ายในรูปแบบออฟไลน์ และออนไลน์ เป้าหมายคือคนที่นิยมบริโภคผักปลอดภัย ซึ่งได้รับการสนับสนุนและร่วมมือจากภาคีเครือข่าย ได้แก่ พัฒนาชุมชนอำเภอตาพระยา และตลาดชุมชนโคคลาน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 15,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** วิสาหกิจชุมชนผักปลอดภัยบ้านมะคำปุม

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลโคคลาน อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว, U2T VRU, VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ตาพระยา อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัญชี

3 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผงโปรตีนจิ้งหรีด ตรา "จีริด แบรนด์ (JIRID BRANDS)"

**รายละเอียด :** เกิดจากการแปรรูปจิ้งหรีดที่เพาะเลี้ยงแบบอินทรีย์ อบแห้งทำให้เป็นผงละเอียด นำมาพัฒนาด้วยการเติมแต่งกลิ่นด้วยสมุนไพรในท้องถิ่น ได้แก่ ใบเตย ตะไคร้ และใบมะกรูด บรรจุใส่ซองพลาสติกน้ำหนัก 10 กรัม พอดีสำหรับหนึ่งมื้อ

## 05 : แผนธุรกิจ

จิ้งหรีดที่เพาะเลี้ยงแบบอินทรีย์ ถูกแปรรูปโดยนำมาอบแห้งทำให้เป็นผงละเอียด นำมาพัฒนาด้วยการเติมแต่งกลิ่นด้วยสมุนไพรในท้องถิ่น ได้แก่ ใบเตย ตะไคร้ และใบมะกรูด บรรจุใส่ซองพร้อมรับประทานพอดีสำหรับหนึ่งมื้อ มีพันธมิตรทางธุรกิจคือกลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีด มีผู้ปลูกสมุนไพรในพื้นที่ มีการนำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นรูปแบบการนำเสนอที่มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าเป็นผู้รักสุขภาพและต้องการโปรตีนทางเลือกในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 02 : เป้าหมาย

### อาหารปลอดภัย

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีด้านกระบวนการแปรรูปจิ้งหรีดสดให้เป็นผงโปรตีน

เทคโนโลยีในห้องปฏิบัติการวิเคราะห์โภชนาการอาหาร

เทคโนโลยีสร้างสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อทำการโปรโมทสินค้า

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านแม่สมาน

**ออนไลน์ :** JIRID BRANDS / VRU-Marketplace / VRU U2T

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

### รูปสินค้า/บริการ

### รูปก่อน



### รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ตาพระยา อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัญชี

3 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** พงจิ้งหรีดพริกทอดกรอบสมุนไพร ตรา "จีหรีด แบนด์ (JIRID BRANDS)"

**รายละเอียด :** เกิดจากการแปรรูปจิ้งหรีดที่เพาะเลี้ยงแบบอินทรีย์ นำมาอบแห้งผสมกับพริกทอดกรอบ ใบมะกรูดและตะไคร้ทอดกรอบ บดเป็นผงพร้อมรับประทาน

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีด้านการกระบวนการผลิตพงจิ้งหรีด

เทคโนโลยีในห้องปฏิบัติการวิเคราะห์โภชนาการอาหาร

เทคโนโลยีในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

จิ้งหรีดที่เพาะเลี้ยงแบบอินทรีย์ ถูกแปรรูปโดยนำมาอบแห้งทำให้เป็นผงละเอียด นำมาพัฒนาด้วยการเติมแต่งกลิ่นด้วยสมุนไพรในท้องถิ่น บรรจุใส่ซองพร้อมรับประทานพอดีสำหรับหนึ่งมือ มีพันธมิตรทางธุรกิจคือกลุ่มเลี้ยงจิ้งหรีดในตำบลและกลุ่มผู้ปลูกสมุนไพรในพื้นที่ มีการนำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นรูปแบบการนำเสนอที่มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าเป็นผู้รักสุขภาพและต้องการโปรตีนทางเลือกทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,990

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านแม่สมาน

**ออนไลน์ :** JIRID BRANDS / VRU-Marketplace Fanpage / VRU U2T

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.กัฟไทย อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัญชี

1 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : น้ำพริกเห็ด

รายละเอียด : น้ำพริกเห็ดเป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชน โดยผลิตจากเห็ดนางฟ้าที่ปลูกในพื้นที่ตำบลกัฟไทย รับประทานง่าย สะอาด อร่อย มีคุณค่าทางโภชนาการสูง มีส่วนผสมของสมุนไพร และบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการรับประทาน

## 02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาสูตรน้ำพริกเห็ด

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

โดยทางกลุ่มมีความต้องการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่สร้างการรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้าใช้กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน มีพันธมิตรทางการค้าประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนตำบลกัฟไทย ศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาการเกษตรหมู่บ้านกัฟไทย 03 โดยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นเพิ่มStoryสินค้าให้น่าสนใจ และสร้างแกนนำทำงานให้เกิดความต่อเนื่องโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนรักสุขภาพกลุ่มคนออกกำลังกายหรือผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นเพิ่มStoryสินค้าให้น่าสนใจและสร้างแกนนำทำงานให้เกิดความต่อเนื่องโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนรักสุขภาพกลุ่มคนออกกำลังกายหรือผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 7,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาการเกษตรหมู่บ้านกัฟไทย 03

ออนไลน์ : U2T for BCG ตำบลกัฟไทย

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ทับทิม อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัญชี

1 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** สเปร์ยกระดุกไต่ดำ

**รายละเอียด :** สเปร์ยกระดุกไต่ดำ เป็นผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรพื้นบ้านที่มีชื่อว่า กระดุกไต่ดำ เป็นสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยา ช่วยบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ กล้ามเนื้ออักเสบ แก้อาการฟกช้ำ ลดอาการปวดตามข้อ เป็นพืชสมุนไพรที่หาได้ในท้องถิ่น

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าสมุนไพรกระดุกไต่ดำ

เทคนิคการสกัดร่อนสมุนไพรกระดุกไต่ดำ

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

โดยทางกลุ่มมีความต้องการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สร้างการรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้าใช้กระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน มีพันธมิตรทางการค้าประกอบด้วยองค์การบริหารส่วนตำบลทับทิม ศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาการเกษตรหมู่บ้านกิมซยาม 03 โดยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นเพิ่มStoryสินค้าที่น่าสนใจและสร้างแกนนำทำงานให้เกิดความต่อเนื่องโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนรักสุขภาพกลุ่มคนออกกำลังกายหรือผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นเพิ่มStoryสินค้าที่น่าสนใจ และสร้างแกนนำทำงานให้เกิดความต่อเนื่องโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนรักสุขภาพกลุ่มคนออกกำลังกายหรือผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 8,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาการเกษตรหมู่บ้านกิมซยาม 03

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลทับทิม

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ทับราช อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กระเป๋าจากเสื่อกก

**รายละเอียด :** เป็นสินค้าที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยการนำเส้นใยกกหรือไผ่มาขึ้นผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตกทอดด้วยความปราณีต และการตัดเย็บและขึ้นรูปแบบกระเป๋าด้วยความใส่ใจ ผลิตโดยช่างงานฝีมือจากชุมชนสู่มือผู้บริโภค เน้นผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบกระเป๋าจากเสื่อกก

องค์ความรู้การนำวัสดุที่มีความหลากหลายมาใช้ในการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

กระบวนการผลิตเส้นเสื่อกกให้มีขนาดเล็ก และสามารถทอกระเป๋าได้ปราณีตมากขึ้น

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

กระเป๋าเสื่อกก ที่ผลิตจากวัตถุดิบหลักในท้องถิ่น นั่นคือ กก เป็นวัสดุธรรมชาติไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยทุกกระบวนการผลิตโดยชุมชนสู่กลุ่มผู้ซื้อ โดยมีการจัดจำหน่ายทั้งในรูปแบบออฟไลน์ และออนไลน์ ได้แก่ facebook และ shopee โดยการออกแบบให้มีความทันสมัยสวยงาม โดยมีเป้าหมายในการจำหน่ายคือกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตาพระยา และองค์การบริหารส่วนตำบลทับราช

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 20,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนละลุ

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลทับราช อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว, VRU U2T, VRU Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ท้าวพร อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กองเที่ยวชุมชนท้าวพร

**รายละเอียด :** เป็นตำบลที่มีกิจกรรมทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โบราณสถาน และการเกษตรในรูปแบบชีววิถี เพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับการท่องเที่ยว โดยเน้นการสัมผัสรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่าง สร้างสุขภาพด้วยการเชื่อมโยงการปั่นจักรยาน การวิ่ง และการท่องเที่ยวในรูปแบบแพคเกจเพื่อสัมผัสกับบรรยากาศธรรมชาติ เชื่อมโยงกับการเกษตรชีววิถี รวมถึงสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนและตลาดอาหารป่าหยา ท้าวพร มีลักษณะทางกายภาพที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวสามารถเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลาย

## 02 : เป้าหมาย

**ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ**

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้กระบวนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อรับมือกับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

เทคโนโลยีการใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนตำบลท้าวพร

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



**รูปหลัง**



## 05 : แผนธุรกิจ

ตำบลท้าวพร มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน และแหล่งเรียนรู้ทางด้านการเกษตรพร้อมเป็นทั้งที่ท่องเที่ยว และเรียนรู้ ซึ่งจุดยุทธศาสตร์สำคัญทางออกสู่อีสาน จัดทำเป็นเส้นทางท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ได้ตามความชอบ สร้างการรับรู้โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านออนไลน์ ทั้งในรูปแบบโพสต์เตอร์ และสื่อวิดีโอ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเดินทางช่วงวันหยุดที่เดินทางผ่านสระแก้วสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่ง การทำงานได้รับการสนับสนุนและร่วมมือจากภาคีเครือข่ายในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และเชิงธรรมชาติ ได้แก่ อบต.ท้าวพร, สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตาพระยา,การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว,อุทยานแห่งชาติตาพระยา

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

สร้างความรู้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 20,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านค้าชุมชนละลุ

**ออนไลน์ :** U2T for BCG ตำบลท้าวพร อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว, VRU U2T, VRU-Marketplace

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.กัฟเสด็จ อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

#### 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** บะหมี่อบแห้งจากผักแด่ไหมอี่ร์

**รายละเอียด :** ผลิตภัณฑ์บะหมี่อบแห้งจากผักแด่ไหมอี่ร์ เป็นบะหมี่โปรตีน (สูง) ทางเลือก ที่มีส่วนผสมจากผงโปรตีนผักแด่ไหมอี่ร์ ที่ได้จากการเลือกไหมอี่ร์แบบปลอดสารพิษ บะหมี่โปรตีนทางเลือกจากผักแด่ไหมอี่ร์ พร้อมรับประทาน อายุการเก็บรักษานาน ไม่ใส่วัตถุกันเสีย วิธีการรับประทาน สามารถนำไปต้มหรือผัด เติมน้ำมันปรุงรส เนื้อสัตว์และผัก

#### 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

#### 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

#### 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีกระบวนการแปรรูปอาหาร ได้แก่ เครื่องผสมแป้ง เครื่องรีดเส้น เครื่องนึ่งเส้น

เครื่องอบแห้ง เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ให้เหมาะสมกับการสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อ

สิ่งแวดล้อม

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



#### 05 : แผนธุรกิจ

เส้นบะหมี่อบแห้งจากผักแด่ไหมอี่ร์ เป็นผลิตภัณฑ์บะหมี่ที่มีส่วนผสมของผักแด่ไหมอี่ร์ที่เป็นผลพลอยได้จากการเลือกไหมอี่ร์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงไหมอี่ร์ จากปัญหาที่พบคือเนื้อสัมผัสของผักแด่ไหมอี่ร์ค่อนข้างแข็ง ทำให้ไม่เป็นที่นิยมรับประทาน จึงได้พัฒนาสูตรเส้นบะหมี่อบแห้งที่มีโปรตีนสูงจากผักแด่ไหมอี่ร์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และการแปรรูปผักแด่ไหมอี่ร์สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนของในตำบลกัฟเสด็จ ซึ่งมี Key Partners สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมจังหวัดสระแก้ว, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, บริษัทโคกูนิค จำกัด, อบต.กัฟเสด็จ, พัฒนาชุมชน อ.ตาพระยา, กลุ่มวิสาหกิจผู้เลี้ยงไหมอี่ร์ ต.กัฟเสด็จ, บริษัทขนส่งเอกชน, โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ โดยจะมีการพัฒนาผงโรยข้าวจากผักแด่ไหมอี่ร์ทำให้เกิดการใช้ผลผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Zero waste) และผลิตผงโรยข้าวที่มีโปรตีนสูงเป็นผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือก พร้อมรับประทาน อายุการเก็บรักษานาน ไม่ใส่วัตถุกันเสีย มีกระบวนการเลือกไหมและผักแด่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะดวกต่อการขนส่งและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้หมุนเวียนในชุมชนและกลุ่มผู้เลี้ยงไหมอี่ร์ ช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ VRU-Market Place เพจเฟซบุ๊ก Tiktok ทางออฟไลน์ หน้าร้านในชุมชน/โมเดิร์นเทรด และ อีเวนท์ในสถานที่ต่างๆ กลุ่มเป้าหมายผลิตภัณฑ์ คือกลุ่มผู้บริโภคสุขภาพ กลุ่มผู้นิยมโปรตีนทางเลือก และกลุ่มผู้ชอบเส้น

#### 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

#### 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,000

#### 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** บ้านผู้ใหญ่บ้านร่มไทร

**ออนไลน์ :** U2T กัฟเสด็จ อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.กัฟเสด็จ อ.ตาพระยา จ.สระแก้ว



บัณฑิต

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

2 คน

#### 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** พงโยข้าวจากผักแด่โหมอีร์

**รายละเอียด :** ผลิตภัณฑ์พงโยข้าวจากผักแด่โหมอีร์ เป็นพงโยข้าวโปรตีนสูง ที่มีส่วนผสมจากพงโยต้นผักแด่โหมอีร์ ซึ่งเป็นโปรตีนทางเลือก พร้อมรับประทาน อายุการเก็บรักษานาน ไม่ใส่วัตถุกันเสีย วิธีการรับประทาน นิยมนำไปพงโยข้าว รับประทานร่วมกับไข่ต้ม หรือนำมาปรุงน้ำซุป

#### 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

#### 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

#### 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ให้มีความสะดวกในการขนส่งสินค้าและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เทคโนโลยีและนวัตกรรมการแปรรูปอาหาร เช่น เครื่องบดพงโยผักแด่ เครื่องอบแห้ง เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์

**รูปสินค้า/บริการ**

**รูปก่อน**



**รูปหลัง**



#### 05 : แผนธุรกิจ

พงโยข้าวจากผักแด่โหมอีร์ เป็นการพัฒนาสูตรพงโยข้าวรสโรยโรย โดยใช้ผักแด่โหมอีร์ รสเผ็ดแห้งบดละเอียดปรุงรสด้วยพงโยโรยโรยและสาหร่ายผง เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และยืดอายุการเก็บรักษาให้นานขึ้น โดยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้เทคโนโลยีแปรรูปอาหาร ตลอดจนออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดผู้บริโภค ซึ่งมี Key Partners สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมจังหวัดสระแก้ว, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, บริษัทโคกนิค จำกัด, อบต.กัฟเสด็จ, พัฒนาชุมชน อ.ตาพระยา, กลุ่มวิสาหกิจผู้เลี้ยงโหมอีร์ ต.กัฟเสด็จ, บริษัทขนส่งเอกชน, โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ โดยจะมีการพัฒนาพงโยข้าวจากผักแด่โหมอีร์ทำให้เกิดการใช้ผลผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Zero waste) และผลิตพงโยข้าวที่มีโปรตีนสูงเป็นผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือก พร้อมรับประทาน อายุการเก็บรักษานาน ไม่ใส่วัตถุกันเสีย มีกระบวนการเลี้ยงโหมอีร์และผักแด่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะดวกต่อการขนส่งและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้หมุนเวียนในชุมชนและกลุ่มผู้เลี้ยงโหมอีร์ ช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ VRU-Market Place เพจเฟซบุ๊ก Tiktok ทางออฟไลน์ ห้างร้านในชุมชน/โมเดิร์นเทรด และ อีเวนท์ในสถานที่ต่างๆ

กลุ่มเป้าหมายลูกค้า คือกลุ่มแม่บ้านที่หรือครอบครัวที่ต้องการพงโยข้าวเพื่อประกอบอาหารในแบบง่าย สำหรับเด็ก

#### 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

#### 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,200

#### 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** บ้านผู้ใหญ่บ้านร่มไทร

**ออนไลน์ :** U2T ตำบลกัฟเสด็จ อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ท่าเกษม อ.เมืองสระแก้ว จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ชุดสตรีจากผ้าขาวม้า

**รายละเอียด :** ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าพัฒนาเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปสตรี ที่มีรูปแบบที่หลากหลาย ใส่ง่าย สบาย มีความเป็นแฟชั่นสไตล์ ใช้ได้ทุกโอกาส

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านสังคมวิทยา

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชุดสตรีจากผ้าขาวม้า

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

-

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

โดยกลุ่มมีความต้องการพัฒนาด้านการตลาด การเพิ่มรูปแบบการตัดเย็บที่หลากหลาย กันสมัย การพัฒนา การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและสะดวกต่อการขนส่ง ผ่านช่องทาง การจัดจำหน่ายออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีความร่วมมือทางการค้าร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเกษม พัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว พาณิชย์จังหวัด สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มลูกค้าสุขภาพสตรีวัยทำงานทั้งภาครัฐและเอกชน กลุ่มลูกค้าที่ชอบสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชน กลุ่มลูกค้าที่ชอบงานสินค้าที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มลูกค้าที่สนใจสินค้าแฟชั่น และใส่ใจลูกค้าโดยพัฒนาการดูแลบริการหลังการขาย เพื่อติดตามความพึงพอใจ และให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

อนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,400

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ตลาดนัดประชารัฐศาลากลางจังหวัดสระแก้ว

**ออนไลน์ :** ท่าเกษม Market Place

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ท่าเกษม อ.เมืองสระแก้ว จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** กระเป๋ากจากเสื่อกก

**รายละเอียด :** ผลิตภัณฑ์ที่กระเป๋ากจากเสื่อกก เน้นการออกแบบที่ทันสมัย สดใสแฟชั่น สามารถใช้ได้ทุกวัย ทุกโอกาส มีสีสันให้เลือกหลากหลายรูปแบบพร้อมบรรจุภัณฑ์ และมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากชิ้นส่วนที่เหลือทิ้งในกระบวนการผลิต

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

โดยกลุ่มมีความต้องการพัฒนาด้านการตลาด การเพิ่มรูปแบบการตัดเย็บที่หลากหลาย กันสมัย การพัฒนา การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและสะดวกต่อการขนส่ง ผ่านช่องทาง การจัดจำหน่ายออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีความร่วมมือทางการค้าร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเกษม พัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว พาณิชย์จังหวัด สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มลูกค้าสุขภาพสตรีวัยทำงานทั้งภาครัฐและเอกชน กลุ่มลูกค้าที่ชอบสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชน กลุ่มลูกค้าที่ชอบงานสินค้าที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มลูกค้าที่สนใจสินค้าแฟชั่น และใส่ใจลูกค้าโดยพัฒนาการดูแลการบริการหลังการขาย เพื่อติดตามความพึงพอใจ และให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างงานสร้างอาชีพ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ตลาดนัดประชารัฐศาลากลางจังหวัดสระแก้ว

**ออนไลน์ :** ท่าเกษม Market Place

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านแก้ง อ.เมืองสระแก้ว จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** Hat Hat By Kongmaknud (หมวกสานไม้ไผ่)

**รายละเอียด :** เป็นผลิตภัณฑ์ที่เริ่มแรกของบ้านคลองหมากนุดในการนำไม้ไผ่มาสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการทำเป็นหมวกเพื่อใช้สวมใส่ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบที่นิยมมาแต่ดั้งเดิมและตามแฟชั่น มีเอกลักษณ์ของชุมชนและมีการดูแลรักษาไม้ไผ่ด้วยกรรมวิธีใหม่ด้วยวัตถุดิบในพื้นที่

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

กระบวนการดูแลรักษาด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์จากวัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น

-

## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partnerships**

1. กรมการพัฒนาชุมชน 2. กระทรวงวัฒนธรรม 3. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก้ง 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 5. ชุมชนคุณธรรมบ้านคลองหมากนุด 6. สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

**Key Activities**

1. กิจกรรมการผลิตกระเป๋าสานไม้ไผ่ 2. กิจกรรมการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ 3. กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด

**Key Resources**

1. ไม้ไผ่ 2. ผ้า 3. เครื่องจักรไม้ไผ่ 4. เครื่องตัดเย็บ

**Value Propositions**

1. กระเป๋าสานไม้ไผ่ในรูปแบบทันสมัยคุณภาพดี เหมาะสมกับการใช้งาน 2. การดูแลรักษาไม้ไผ่ด้วยกรรมวิธีใหม่ทำให้ไม้ไผ่มีลักษณะที่แตกต่างและสามารถเก็บได้นาน สีสันที่สดใส ลดการสลายตัวของไม้ไผ่ ลดการเกิดเชื้อรา มอดไม้ 3. การใช้ไม้ไผ่และวัตถุดิบในพื้นที่ชุมชน 4. มีมาตรฐานในการผลิต มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต

**Customer Relationships**

1. การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์/ ออฟไลน์ 2. พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์/ ออฟไลน์ 3. ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมชุมชน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านพื้นนา

**ออนไลน์ :** คลองหมากนุด on tour

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ



รูปก่อน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านแก่ง อ.เมืองสระแก้ว จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** Bamboo Bag By Kongmaknud (กระเป๋าสานไม้ไผ่)

**รายละเอียด :** กระเป๋าสานไม้ไผ่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนและมีการดูแลรักษาไม้ไผ่ด้วยกรรมวิธีใหม่ด้วยวัตถุดิบในพื้นที่ จากผลงานดังกล่าวทำให้ไม้ไผ่มีลักษณะที่แตกต่างและสามารถเก็บได้นาน สีสันที่สดใส ลดการสลายตัวของไม้ไผ่ ลดการเกิดเชื้อรา มอดไม่

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการตัดเย็บกระเป๋าสานไม้ไผ่

กระบวนการดูแลรักษาด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์จากวัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partnerships**

1. กรมการพัฒนาชุมชน 2. กระทรวงวัฒนธรรม 3. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง 4. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 5. ชุมชนคุณธรรมบ้านคลองหมากนัด 6. สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

**Key Activities**

1. กิจกรรมการผลิตหมวกสานไม้ไผ่ 2. กิจกรรมการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ 3. กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด

**Key Resources**

1. ไม้ไผ่ 2. ผ้า 3. เครื่องจักรไม้ไผ่ 4. เครื่องตัดเย็บ

**Value Propositions**

1. หมวกสานไม้ไผ่ในรูปแบบทันสมัย คุณภาพดี เหมาะกับลูกค้าทุกวัย 2. การดูแลรักษาไม้ไผ่ด้วยกรรมวิธีใหม่ทำให้ไม้ไผ่มีลักษณะที่แตกต่างและสามารถเก็บได้นาน สีสันที่สดใส ลดการสลายตัวของไม้ไผ่ ลดการเกิดเชื้อรา มอดไม่ 3. การใช้ไม้ไผ่และวัตถุดิบในพื้นที่ชุมชน 4. มีมาตรฐานในการผลิต มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต

**Customer Relationships**

1. การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์/ ออฟไลน์ 2. พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และรับฟังความคิดเห็น

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 9,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านพื้นนา

**ออนไลน์ :** คลองหมากนัด On Tour

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.สระแก้ว อ.เมืองสระแก้ว จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** น้ำยาล้างจานสูตรเข้มข้นจากสมุนไพร

**รายละเอียด :** น้ำยาล้างจานสูตรเข้มข้นจากสมุนไพรในชุมชน โดยใช้มะนาวและมะกรูดที่ปลูกในชุมชน มีกลิ่นหอม และทำความสะอาดสิ่งสกปรกได้อย่างดีและไม่มีสารตกค้างเนื่องจากเป็นสมุนไพรจากธรรมชาติและถนอมมือ รวมทั้งมีการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าให้มีหลากหลายขนาด

## 02 : เป้าหมาย

**ทองเกี่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ**

ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

เทคนิคการสกัดมะนาวและมะกรูด ด้วยการทำให้แห้งแบบเยือกแข็ง (Freeze Dry)

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

จัดทำน้ำยาล้างจานสูตรเข้มข้นที่มีส่วนผสมจากสมุนไพรที่ปลูกในชุมชนมีกระบวนการผลิตที่รักใช้โลกรักษ์สิ่งแวดล้อมและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายและน่าสนใจมีการจัดจำหน่ายในรูปแบบทั้งออนไลน์และออฟไลน์คือวางขายในร้านค้าชุมชนและเพจเฟซบุ๊กโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือนักศึกษาทั่วไปทุกเพศทุกวัย โดยมี Key partners คือ เทศบาลตำบลสระแก้ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลสระแก้ว ร้านปกป้องร้านค้า

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,100

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ปกป้องร้านค้า

**ออนไลน์ :** ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.สระแก้ว อ.เมืองสระแก้ว จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ผลิตภัณฑ์สเปรย์แอลกอฮอล์ สูตรนอมผิว

**รายละเอียด :** สเปรย์แอลกอฮอล์ สูตรนอมผิว มีส่วนผสมของคาโมมาย ใช้แล้วมือไม่แห้ง มีกลิ่นหอมเฉพาะ เพื่อใช้ประโยชน์ในการป้องกันโรคโควิด 19 ที่แพร่ระบาดในปัจจุบัน ถนอมผิว ยังเป็นที่ต้องการของตลาดในปัจจุบัน สามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มอาชีพและชุมชนในท้องถิ่น

## 02 : เป้าหมาย

**ทองเกี่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ**

ระบบขายสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

นำสารสกัดจากดอกโหลระ และสารสกัดจากคาโมมายมาใช้ในสเปรย์แอลกอฮอล์ ป้องกันผิวแห้งจากแอลกอฮอล์ทั่วไป

พัฒนาการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook page ในการทำการตลาดสินค้า

พัฒนาเทคนิคการถ่ายภาพโปรโมทสินค้าด้วยกล้องโทรศัพท์มือถืออย่างง่ายให้น่าสนใจ

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

ผลิตสเปรย์แอลกอฮอล์ ที่เป็นสูตรนอมผิวเพื่อช่วยให้ผิวมีความชุ่มชื้น มีกลิ่นหอมสดชื่น เพิ่มสารให้ความชุ่มชื้น และสารบำรุงผิว และออกแบบPackaging สวยงาม พกพาง่าย มีหลายขนาด เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายทุกเพศทุกวัยเน้นกระบวนการผลิตที่รักโลก รักษ์สิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดจำหน่ายในรูปแบบทั้งออนไลน์และออฟไลน์ คือวางขายในร้านค้าชุมชน และเพจ Facebook โดยมี Key partners คือ เทศบาลตำบลสระแก้ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลสระแก้ว ร้านปกป้องร้านค้า

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

มีสุขภาพดีขึ้น ลดโอกาสเกิดการเจ็บป่วย

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,290

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ปกป้องร้านค้า

**ออนไลน์ :** ผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว



มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ตาหลังใน อ.วังน้ำเย็น จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** มันทะอบหนึบ

**รายละเอียด :** มันทะอบหนึบ ผลิตจากมันเทศในชุมชนตาหลังใน มันทะอบหนึบไปดียวใยอาหาร ไบโบน 0% ซีนพอดี้คำ มีกลิ่นหอมของมันเทศ ทานได้ทุกที่ทุกเวลา มีความหวานที่กำลังพอดี สามารถซื้อเป็นของฝากและของที่ระลึกได้ในทุกโอกาส

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรโดยใช้หลักการถนอมอาหารเพื่อให้อาหารเก็บได้นานขึ้น

-

## 05 : แผนธุรกิจ

เป็นการทำธุรกิจ แปรรูปมันเทศที่มาจากเกษตรกรในชุมชน ตำบลตาหลังใน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว ให้เป็นผลิตภัณฑ์ มันทะอบหนึบ ที่สามารถรับประทานได้ง่าย และมีช่องทางการจำหน่ายสินค้ารวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้ง ออนไลน์และออฟไลน์ เช่น SHOPPEE LAZADA FACEBOOK LINE โดยมีพันธมิตรทางธุรกิจคือ คือร้านค้าปลีกในตลาดบ้านตาหลังใน และองค์การบริหารส่วนตำบลตาหลังใน ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าทุกช่วงอายุและทุกเพศ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,200

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ตลาดกลางหมู่บ้านตาหลังใน หมู่ที่ 3 ตำบลตาหลังใน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว

**ออนไลน์ :** ของดีตาหลังใน

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ต.ตาหลังใน อ.วังน้ำเย็น จ.สระแก้ว

บัญชี 4 คน ประชาชน 4 คน อาจารย์ 1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : พริกทอดปรุงรส

รายละเอียด : พริกทอดกรอบจัดเป็นขนมขบเคี้ยว รับประทานง่ายได้ทุกที่ทุกเวลา รสกลมกล่อม กรอบอร่อย ซึ่งวัตถุดิบหลักคือพริกแห้งจินดาที่เกษตรกรปลูกในชุมชน โดยนำเข้ามาผ่านกรรมวิธีการแปรรูปให้เป็นขนมที่สามารถรับประทานเล่น และสามารถรับประทานร่วมกับอาหารเมนูอื่นได้ ซึ่งจะมีรสชาติเผ็ดเล็กน้อยเค็มและหวาน สามารถรับประทานได้ทุกวัย

## 02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรโดยใช้หลักการถนอมอาหารเพื่อให้อาหารเก็บได้นานขึ้น

-

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง



## 05 : แผนธุรกิจ

เป็นการทำธุรกิจแปรรูปพริกที่มาจากเกษตรกรในชุมชนตำบลตาหลังในอำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้วโดยแปรรูปเป็นพริกทอดปรุงรสที่สามารถรับประทานได้ง่ายและมีช่องทางการจำหน่ายสินค้ารวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทั้ง SHOPPEE LAZADA LINE FACEBOOK โดยพันธมิตรทางธุรกิจคือ ตลาดค้าปลีกในบ้านตาหลังในและองค์การบริหารส่วนตำบลตาหลังใน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

สร้างความรู้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 2,500

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : วิสาหกิจชุมชน ตำบลตาหลังใน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว

ออนไลน์ : ขงดีตาหลังใน

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.วังใหม่ อ.วังสมบูรณ์ จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ทอดมันปลาวิเศษ

**รายละเอียด :** เป็นทอดมันที่ทำจากปลาในอ่างเก็บน้ำคลองพระสะทึง ผสมด้วยสมุนไพรพิเศษ มีประโยชน์ต่อร่างกาย วัตถุดิบที่ใช้ได้มาจากท้องถิ่นทั้งสิ้น

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการยืดอายุการเก็บรักษาทอดมันปลาแบบสดให้นานขึ้น

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าใหม่

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

ทอดมันปลาสูตรลับเฉพาะไม่เหมือนใคร ไม่มีสารกันบูด สดใหม่จากชุมชน มีพันธมิตรทางธุรกิจเป็นชาวประมงในพื้นที่และวิสาหกิจทอดมันปลาตำบลวังใหม่ มีการนำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เก็บรักษาได้นานและบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัย ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างความรู้ให้ชุมชน

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,570

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านแม่สมฤดี

**ออนไลน์ :** U2T ที่นี้วังใหม่ / VRU Marketplace / VRU U2T

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.วังใหม่ อ.วังสมบูรณ์ จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** วังวิเศษ ลูกประคบมหาเสน่ห์

**รายละเอียด :** ลูกประคบสมุนไพรวังวิเศษ มีสรรพคุณบรรเทาอาการปวดเมื่อย คลายกล้ามเนื้อ แก่ฟกช้ำ แก่เคล็ดขัดยอก โดยผลิตจากสมุนไพรกว่า 10 ชนิด ที่ปลูกแบบออแกนิก

## 05 : แผนธุรกิจ

ลูกประคบสมุนไพรวังวิเศษ ผลิตจากสมุนไพรกว่า 10 ชนิด ปลูกแบบออแกนิก มีสรรพคุณบรรเทาอาการปวดเมื่อย คลายกล้ามเนื้อ แก่ฟกช้ำ แก่เคล็ดขัดยอก มีพันธมิตรทางธุรกิจเป็นวิสาหกิจสมุนไพรในตำบล มีการนำข้อมูลมาสร้างเป็นแผนธุรกิจโดยใช้หลักการของ Business Model Canvas เน้นรูปแบบการนำเสนอที่มีความทันสมัย ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม โดยจำหน่ายให้กับลูกค้าทุกเพศทุกวัยหรือกลุ่มคนวัยทำงานที่ชื่นชอบสมุนไพรออแกนิก ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การส่งเสริมการขายและการตลาด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมเพื่อการจำหน่ายทางออนไลน์

เทคโนโลยีการอบแห้งสมุนไพร

เทคนิคการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างงานสร้างอาชีพ

สร้างรายได้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 3,200

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** อบจ.สระแก้ว / บ้านลุงวินัย หมู่ที่ 2 ตำบลวังใหม่ อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

**ออนไลน์ :** U2T ที่วังใหม่ / VRU Marketplace / VRU U2T

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ท่าข้าม อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : ปุ๋ยเม็ด "ดินดี"

รายละเอียด : ปุ๋ยอัดเม็ด ส่วนผสมเป็นปุ๋ยคอกและถ่านที่ได้จากการเผา และฮอร์โมนนมสด ฮอร์โมนไข่หรือจุลินทรีย์สังเคราะห์แสง นำวัสดุทั้งหมด ผสมให้เข้ากันให้มีความชื้นประมาณ 60-65% ปั่นเป็นก้อน นำเม็ดปุ๋ยที่ได้ไปตากให้แห้งสนิทจะได้ ปุ๋ยอัดเม็ดพร้อมใช้งาน

## 02 : เป้าหมาย

เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่

Upgradable (ยกระดับได้)

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า (Packaging) ให้เหมาะสมกับสินค้าและสะดวกต่อการขนส่ง

องค์ความรู้ในการผลิตปุ๋ยอินทรีย์คุณภาพสูง

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partners

- ร้านขายวัสดุทางการเกษตรใน จ.สระแก้ว - เกษตรจังหวัดสระแก้ว - ร้านขายไม้ดอก ไม้ประดับทั่วไป

Key Activities

- ปุ๋ยคอกอัดเม็ดพร้อมใช้, ปุ๋ยเม็ดบำรุงดิน - การพัฒนาและดำเนินการด้านตลาดออนไลน์ - การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

Key Resources

- สต็อกเกอร์สำหรับบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า - อุปกรณ์บรรจุสินค้า - วัสดุสัตว์ (วัว, กระบือ) ฮอร์โมนไข่, ฮอร์โมนนมสด, จุลินทรีย์สังเคราะห์แสง - อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตแปรรูป - อุปกรณ์ขึ้นรูป, เครื่องอัดเม็ด

Value Propositions

- แปรรูปแบบสินค้าสร้างมูลค่าเพิ่ม - เป็นปุ๋ยเม็ดจากการใช้วัสดุสัตว์ในพื้นที่นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มโดยนำมาผสมกับถ่านและจุลินทรีย์ - ส่วนผสมที่ใช้ทำปุ๋ยเม็ดมีส่วนช่วยในการบำรุงดินและเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของพืช - รูปแบบใช้งานง่าย ไม่เป็นอันตรายกับผู้ใช้งาน

Customer Relationships

- การสื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อ Social Media ได้แก่ Line@ , Facebook - การสร้างความเคลื่อนไหวผ่านหน้าเพจ - สนทนาตอบข้อซักถามลูกค้าผ่านช่องทาง Inbox

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

ลดขยะ/การนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่ [Reduce/Reuse/Recycle]

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 ต.ท่าข้าม

ออนไลน์ : U2T ท่าข้าม จังหวัดสระแก้ว

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.ท่าข้าม อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

5 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** เครื่องดื่ม Fin Drink (ฟิน ดริง)

**รายละเอียด :** เครื่องดื่ม โปรไบโอติกจากพืชจะใช้ได้ทั้งน้ำผักผลไม้และน้ำที่ได้จากธัญพืช เช่นข้าว ข้าวโพด ชนิตเดียวหรือ ใช้หลายชนิดผสมกัน ปรับ ความหวาน นำไปผ่านการฆ่าเชื้อ ด้วยการพาสเจอร์ไรซ์ เชื้อจุลินทรีย์ที่เตรียมไว้ผสมให้เข้ากัน บ่ม สังเกตรสชาติ ความเปรี้ยวบรรจุ

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Fin Drink (ฟิน ดริง)

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้า (Packaging)

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partners**

- ร้านขายของในชุมชน - ร้านของฝากจังหวัดสระแก้ว - มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

**Key Activities**

- เครื่องดื่มน้ำผลไม้โปรไบโอติก - การพัฒนาและดำเนินการด้านตลาดออนไลน์ - การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

**Key Resources**

- สต็อกเกอร์สำหรับบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า - อุปกรณ์บรรจุสินค้า - ผลไม้ในพื้นที่ หรือผลไม้ ที่หาได้ตามท้องตลาด - อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตแปรรูป - อุปกรณ์พาสเจอร์ไรซ์

**Value Propositions**

- แปรรูปแบบสินค้าสร้างมูลค่าเพิ่ม - เป็นเครื่องดื่มจากผลไม้ที่มีในพื้นที่หรือผลไม้ที่หาได้ง่าย ในจังหวัดสระแก้ว เช่น หนามเม่า ฝรั่ง สับปะรด - รสชาติผลไม้ อร่อย มีประโยชน์ต่อร่างกาย ลำไส้ ช่วยในเรื่องของระบบขับถ่ายได้ดี - เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการแก้ปัญหาของผู้บริโภคที่ไม่ดื่มนม

**Customer Relationships**

- การสื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อ Social Media ได้แก่ Line@ , Facebook - การสร้างความเคลื่อนไหวผ่านหน้าเพจ - สนทนาตอบข้อซักถามลูกค้าผ่านช่องทางInbox

## 06 : ผลิตภัณฑ์/บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านหมู่ 4 ต.ท่าข้าม

**ออนไลน์ :** U2T ท่าข้าม จังหวัดสระแก้ว

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านด่าน อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว



บัญชี

5 คน



ประชาชน

6 คน



อาจารย์

1 คน

#### 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ : หอยเป่าน้ำจืดพร้อมปรุง

รายละเอียด : การแปรรูปหอยเป็นหอยกระป๋อง ซึ่งจะมีทั้งแบบพร้อมนำมาปรุงรส และปรุงรสเป็นอาหารกระป๋องพร้อมทาน โดยทีมงาน ชื่อบ้านด่าน จะพัฒนาแปรรูปหอยเชอร์รี่ โดยการนำมาปรุงรส และนำมาบรรจุในกระป๋องรวมทั้งออกแบบผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ

#### 05 : แผนธุรกิจ

ธุรกิจหอยเป่าน้ำจืดพร้อมปรุง เป็นการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ (หอยเชอร์รี่) ที่มีอยู่ในชุมชน มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ ที่จะสามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชนได้ ซึ่งจะเป็นสินค้า สำหรับการบริโภค เป็นอาหารกระป๋อง เหมาะกลุ่มลูกค้าที่ชอบรับประทานหอยเชอร์รี่ ชอบความสะดวก ในเวลาเร่งรีบ และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย โดยพันธมิตรทางธุรกิจคือ เทศบาลตำบลบ้านด่าน พัฒนาชุมชน บิมน้ำมัน ปตท.สาขาวัฒนานคร และกลุ่มลูกค้าคือ ประชาชนทุกเพศทุกวันที่ชื่นชอบในการรับประทานหอยเชอร์รี่ (เป่าน้ำจืด)

#### 02 : เป้าหมาย

อาหารปลอดภัย

การแปรรูปอาหาร

#### 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การพัฒนาระบบธุรกิจ

ระยะเวลาในการพัฒนา : ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

#### 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

#### 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรและการยืดอายุอาหาร

การพัฒนาระบบธุรกิจและตราสินค้า

เทคนิคการเพาะเลี้ยงหอยเชอร์รี่สีทอง

#### 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,200

#### 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

ออฟไลน์ : วิสาหกิจแปรรูปอาหารชุมชนบ้านด่าน

ออนไลน์ : ชื่อบ้านด่าน

ความพร้อมออกสู่ตลาด : พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านด่าน อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว



บัญชี

5 คน



ประชาชน

6 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ไม้กวาดแพนซี

**รายละเอียด :** การที่จะปรับโฉมผลิตภัณฑ์ไม้กวาดเดิม ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน ให้อยู่ในรูปของใช้ที่เป็นของฝาก ของประดับตกแต่ง และสามารถนำมาใช้งานได้จริง โดยทีมงาน ชื่อบ้านด่าน จะพัฒนาไม้กวาดดอกหญ้า โดยการย้อมสีธรรมชาติที่ดอกหญ้า และเทคนิคการเย็บดอกหญ้า และยังมีมีการย้อมสีดอกหญ้าด้วยสีต่างๆ ทำให้ไม้กวาดของเรามีความโดดเด่นและน่าสนใจ รวมถึงมีส่วนของการย้อมสีจากธรรมชาติอีกด้วย

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนารัฐวิสาหกิจ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการย้อมสีไม้กวาดแพนซี

เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

ไม้กวาดแพนซี ใช้ทำความสะอาดบ้านเรือน และใช้สำหรับเป็นของฝาก ของประดับตกแต่งบ้านเรือน ร้านค้า โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว หรือ café ซึ่งจะพัฒนาการเย็บในแบบใหม่ ๆ และการย้อมสีดอกหญ้าจากสีธรรมชาติ โดยจะมีการจำหน่ายผ่าน OTOP จังหวัดสระแก้ว, สื่อสังคมออนไลน์, บุกสินค้า, page ของใช้ของตกแต่ง โดยพันธมิตรทางธุรกิจคือ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านด่าน พัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว ร้านค้าในชุมชนตำบลบ้านด่าน โดยกลุ่มลูกค้าคือกลุ่มแม่บ้านและพ่อบ้านที่ชื่นชอบการทำมาหากิน

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 6,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** วิสาหกิจชุมชนบ้านด่าน

**ออนไลน์ :** ชื่อบ้านด่าน

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านใหม่หนองไทร อ.ธัญบุรี จ.สระแก้ว



บัญชี

6 คน



ประชาชน

6 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ขนมันอบแห้งสมุนไพร บ้านใหม่หนองไทร

**รายละเอียด :** ขนมันอบแห้งสมุนไพร เส้นเหนียวนุ่ม ไม่มีสารฟอก ไม่มีสารกันบูด 100% ใช้สีกากสมุนไพร สามารถนำไปประกอบอาหารได้หลากหลายเมนู เก็บติดครัวไว้ได้นานไม่เน่าเสีย มีทั้งหมด 5 สี สีเหลือง สีส้ม สีเขียว สีขาว สีม่วง (ใช้สมุนไพรในท้องถิ่น)

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจหมุนเวียนลดการใช้พลังงานเน้นนำกลับมาใช้ใหม่**

Recovery (การนำกลับมาใช้ใหม่)

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เตา 3 IN 1 สำหรับอบแห้งเส้นขนมัน

ตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ สำหรับอบแห้ง

เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

## 05 : แผนธุรกิจ

Key Partnerships

1. ร้านค้าของฝากสระแก้ว 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 3. พลังงานจังหวัดสระแก้ว 4. เกษตรจังหวัดสระแก้ว

Key Activities

1. กิจกรรมการผลิตขนมันอบแห้งสมุนไพร 2. กิจกรรมการพัฒนาเตา 3 in 1 3. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดโดยการเล่าเรื่องราวการผลิตผ่านเพจเฟซบุ๊ก

Key Resources

1. แป้งหมักขนมัน 2. เตา 3 in 1 3. ตู้อบพลังงานทดแทน 4. สมุนไพร

Value Proposition

1. ขนมันอบแห้งสมุนไพร มีคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ด้านระยะเวลาการเก็บหรือรักษาขนมันให้นานขึ้น ลดการเสียของขนมัน และสามารถเก็บรักษาคุณภาพของขนมันให้คงอยู่เหมือนเดิม

2. มีมาตรฐานในการผลิต มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต 3. ไม่ใส่วัตถุกันเสีย และไม่ใส่แป้งมัน 4. การนำสมุนไพรในชุมชนเข้ามาใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

5. มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

Customer Relationships

1. สร้างการรับรู้เรื่องราวของชุมชนผ่านเพจเฟซบุ๊กและ Social Media อื่น ๆ 2. พัฒนาปรับ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

คิดค้นกระบวนการทำงานที่ง่ายขึ้น

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 10,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** ร้านบ้านใหม่หนองไทร หมู่ 2

**ออนไลน์ :** ที่บ้านใหม่หนองไทร

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปสินค้า/บริการ

รูปก่อน



รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านใหม่หนองไทร อ.ธัญบุรี จ.สระแก้ว



บัญชี

6 คน



ประชาชน

6 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ปลาแดดเดียวไร้กังวล “FISH MEAL”

**รายละเอียด :** ปลาแดดเดียวไร้กังวล เลี้ยงโดยไม่ใช้สารเร่งตัว ตากด้วยตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ ปราศจากฝุ่น แผลงรสชาติอร่อย สะอาด มีคุณค่าทางโปรตีนสูง แพคสุญญากาศอย่างดี

## 02 : เป้าหมาย

**อาหารปลอดภัย**

การแปรรูปอาหาร

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาระบบธุรกิจ

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

ตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์

ตู้อบพลังงานความร้อน

ใช้เทคโนโลยีสื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการทำการตลาด ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและมีต้นทุนต่ำ (การชำระเงินออนไลน์)

**รูปสินค้า/บริการ**

รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partnerships**

- ร้านขายของฝาก OTOP สระแก้ว - บริษัทขนส่ง - เกษตรจังหวัดสระแก้ว - สำนักงานประมงจังหวัดสระแก้ว - พลังงานจังหวัดสระแก้ว

**Key Activities**

- ปลาแดดเดียวไร้กังวล - การพัฒนาและดำเนินการด้านตลาดออนไลน์ - การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

**Key Resources**

- ปลาและเครื่องปรุงรส - ตู้อบพลังงานแสงอาทิตย์ - สติกเกอร์และบรรจุภัณฑ์

**Value Proposition**

- แปรรูปแบบสินค้าสร้างมูลค่าเพิ่ม - เป็นปลาที่เลี้ยงโดยวิธีธรรมชาติ โดยอาหารผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ไม่ใช้สารเร่งโต ไม่เป็นอันตรายต่อลูกค้า - มีรสชาติอร่อย สะอาด มีคุณค่าทางโปรตีนสูง

**Customer Relationships**

- การสื่อสารกับลูกค้าผ่านสื่อ Social Media ได้แก่ Line@ , Facebook - การสร้างความเคลื่อนไหวผ่านหน้าเพจ - สนทนาตอบข้อซักถามลูกค้าผ่านช่องทาง Inbox Channels

1. การจำหน่ายผ่านร้านค้าชุมชน 2. การจำหน่ายผ่านเพจ Facebook และการสร้างการรับรู้

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 7,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** บ้านผู้ช่วยบ้านใหม่หนองไทร หมู่ 8

**ออนไลน์ :** ที่บ้านใหม่หนองไทร

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.บ้านใหม่หนองไทร อ.ธัญบุรี จ.สระแก้ว



บัญชี

6 คน



ประชาชน

6 คน



อาจารย์

2 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** อาหารปลาอัดเม็ด FISH MEAL

**รายละเอียด :** อาหารปลาสำเร็จรูปอัดเม็ด ที่มีสารอาหารที่เหมาะสมกับปลา และเหมาะกับการใช้เลี้ยงปลาหลายชนิด ราคาประหยัด

## 02 : เป้าหมาย

### อาหารปลอดภัย

การใช้ปริมาณสารอาหารที่เหมาะสมต่อสุขภาพ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

ถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตและบริการ

การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าสูง

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : 2-3 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์เป็นช่องทางในการทำตลาด ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ได้อย่างรวดเร็วและมีต้นทุนต่ำ (การชำระเงินออนไลน์)

เครื่องบีบอัดเม็ดอาหารปลาเม็ดกลม

-

### รูปสินค้า/บริการ

### รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

**Key Partnerships**

- มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สระแก้ว - บริษัทขนส่ง - โรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ - เกษตรจังหวัดสระแก้ว - สำนักงานประมงจังหวัดสระแก้ว

**Key Activities**

- ผลิตอาหารปลาอัดเม็ด - ผลิตบรรจุภัณฑ์และฉลาก

**Key Resources**

- ส่วนผสมอาหารปลาตามสูตร - สต็อกเกอร์สำหรับบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า - อุปกรณ์บรรจุสินค้า

- เครื่องอัดเม็ด

**Value Proposition**

- อาหารปลาสำเร็จรูปที่มีสารอาหารที่เหมาะสมกับปลา และเหมาะกับการใช้เลี้ยงปลาหลายชนิด

- ราคาประหยัด

**Customer Relationships**

- สื่อสารผ่านระบบโซเชียลเน็ตเวิร์ค ให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงปลา - การสร้างความเคลื่อนไหวผ่านหน้าเพจ - สนทนาตอบข้อซักถามลูกค้าผ่านช่องทาง Inbox Channels

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

ใช้ผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เพิ่มมูลค่าผลผลิต/ผลิตภัณฑ์/บริการ

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 5,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** บ้านผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 8 ต.บ้านใหม่หนองไทร

**ออนไลน์ :** ที่บ้านใหม่หนองไทร

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

### รูปหลัง







มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.หันทราย อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว



บัญชี

4 คน



ประชาชน

4 คน



อาจารย์

1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** สร้างบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ผ้าฝ้ายและผ้าไหมทอมือ  
**รายละเอียด :** บรรจุภัณฑ์ที่ใส่กล่องทึบและกระเป๋าสายจากผ้าฝ้ายทอมือ เป็นการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและตรงต่อความต้องการของลูกค้าและมีอัตลักษณ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของตำบลหันทรายมาจากการถักทอด้วยภูมิปัญญา และส่งต่อให้ลูกค้าด้วยความภูมิใจ โดยผลิตภัณฑ์ของเรามีความเป็นเอกลักษณ์สวยงามและทนทานเหมาะกับการใช้งานได้หลากหลาย

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**  
เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์  
**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคนิคการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน  
เทคนิคการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

การสร้างบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ผ้าฝ้ายและผ้าไหมทอมือ ชุมชนตำบลหันทราย โดยพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใส่กล่องทึบที่ทำมาจากผ้าฝ้ายทอมือ ที่มีรูปแบบที่ทันสมัย และใช้วัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ ซึ่งสะดวกในการนำไปใช้ สามารถซื้อเป็นของฝากได้ โดยมีกลุ่มลูกค้าคือ หน่วยงานราชการในจังหวัดสระแก้วและในระบบออนไลน์ โดยพันธมิตรทางธุรกิจของเราคือองค์การบริหารส่วนตำบลหันทราย พัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว ร้านขายเส้นฝ้ายจังหวัดบุรีรัมย์

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 4,000

## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอมือบ้านหันทราย  
**ออนไลน์ :** กังหันทรายผ้าทอมือ  
**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขาย หรือขายแล้ว

## รูปหลัง





มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



ต.หันทราย อ.อรัญประเทศ จ.สระแก้ว

บัญชี



4 คน

ประชาชน



4 คน

อาจารย์



1 คน

## 01 : รายละเอียดผลิตภัณฑ์/บริการ

**ชื่อผลิตภัณฑ์/บริการ :** ทริปปาท่องเที่ยวในชุมชนหันทราย

**รายละเอียด :** การจัดทริปปาท่องเที่ยวในชุมชนหันทรายแบบไปกลับ(one day trip)หรือแบบพักค้างคืน(two day trip)ศาลปู่ตา , ป่าพ้อกลาง , โคกหนองนา , โบสถ์ 239 ปี , ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอมือ มาสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ผู้สนใจ

## 02 : เป้าหมาย

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น**

เทคโนโลยีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมด้านการบริการ

## 03 : วัตถุประสงค์และระยะเวลาในการพัฒนาสินค้า/บริการ

การยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

**ระยะเวลาในการพัฒนา :** ระยะเวลาในการพัฒนา : น้อยกว่า 1 เดือน

## 04 : องค์ความรู้/เทคโนโลยี/นวัตกรรม

เทคโนโลยีด้านสารสนเทศ

เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร

เทคโนโลยีด้านการบริการ

## รูปสินค้า/บริการ

## รูปก่อน



## 05 : แผนธุรกิจ

ธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชนหันทราย เป็นการให้บริการที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ศาลปู่ตา , ป่าพ้อกลาง , โคกหนองนา , โบสถ์ 239 ปี , ศูนย์เรียนรู้ผ้าทอมือ มาสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ผู้สนใจ ขณะเดียวได้ออกแบบทริปปาท่องเที่ยวในชุมชนหันทราย 15 2 แบบคือ แบบไปกลับ (one day trip) และแบบพักค้างคืน (two day trip) โดยพันธมิตรทางธุรกิจ คือ องค์การบริหารส่วนตำบลหันทราย การท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว โรงแรมในจังหวัดสระแก้ว โดยกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

## 06 : ผลิตภัณฑ์บริการของท่านสร้างคุณค่าให้กับชุมชนได้อย่างไร

สร้างความรู้ให้ชุมชน

## 07 : รายได้ต่อเดือน (บาท)

จำนวนรายได้ : 1,000

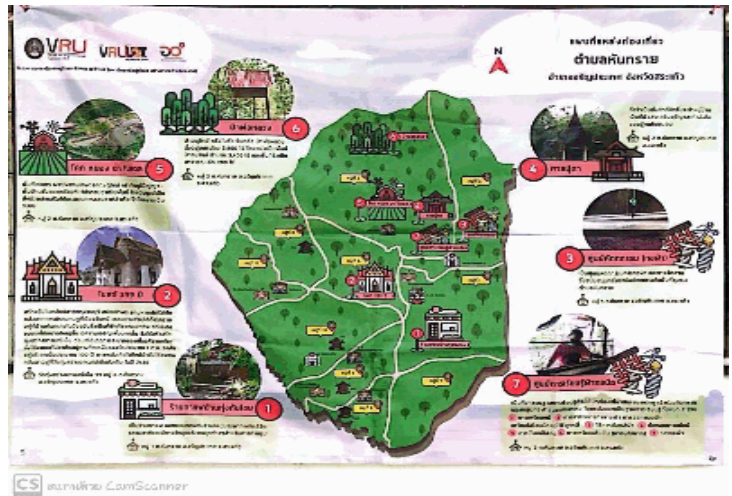
## 08 : ช่องทางการขาย และความพร้อมออกสู่ตลาด

**ออฟไลน์ :** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหันทราย

**ออนไลน์ :** กังหันทรายผ้าทอมือ

**ความพร้อมออกสู่ตลาด :** พร้อมขายภายในเวลา 1 เดือน

## รูปหลัง





โครงการพัฒนาระบบการบริหารและจัดการเครือข่ายข้อมูลเกี่ยวกับทักษะการเรียนรู้  
เพื่อส่งเสริมการดำเนินโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG