

ด้านที่ 3 การนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมและบริการวิชาการไปใช้ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

ข้อมูลรายละเอียดผลงาน

ชื่อผลงาน โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a marketplace ด้วยนวัตกรรมเครือข่ายสีเขียว (Green Eco systems)

1. หลักการและเหตุผล

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม กำหนดนโยบายการดำเนินงานของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ให้กระทรวงเป็น “กระทรวงแห่งปัญญา กระทรวงแห่งโอกาส และกระทรวงแห่งอนาคต” โดยมีเป้าหมายอย่างหนึ่งคือการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเพื่อขจัดความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ สามารถสร้างชุมชนนวัตกรรมและการยกระดับศักยภาพของเกษตรกร โดยอาศัยกลไกของมหาวิทยาลัยราชภัฏที่มีอยู่ในทุกจังหวัดในการเข้าถึงชุมชนต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน โครงการสำคัญหนึ่งคือโครงการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ให้มหาวิทยาลัยเข้าไปช่วยเหลือชุมชนในการพัฒนาสินค้าและบริการ ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีมาตรฐานและคุณภาพสูงขึ้น สามารถแข่งขันในตลาด สร้างให้ชุมชนเกิดรายได้มากขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมเป็นมหาวิทยาลัยกลุ่มพัฒนาชุมชนท้องถิ่นหรือชุมชนอื่น โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมายในการพัฒนาคือชุมชนเมืองรอบมหาวิทยาลัยในพื้นที่เขตจตุจักร ลาดพร้าว และจังหวัดชัยนาทซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์การเรียนรู้มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม - ชัยนาท โดยได้รับการแต่งตั้งจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมให้เป็นหน่วยปฏิบัติการส่วนหน้าของ อว. (อว.ส่วนหน้า ชัยนาท) ด้วยตระหนักถึงบทบาทการเป็นสถาบันอุดมศึกษาพัฒนาเชิงพื้นที่ จึงระดมสรรพกำลัง ศักยภาพของมหาวิทยาลัยในการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมและบริการวิชาการไปใช้ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยใช้แนวทางการบูรณาการการเรียนการสอนกับการทำงานเชิงพื้นที่ (CRU CWIE Community) และแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และ เศรษฐกิจสีเขียว [Bio-Circular-Green (BCG) Economy] เพื่อช่วยเหลือชุมชนในการพัฒนาสินค้าและบริการ ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีมาตรฐานและคุณภาพสูงขึ้น สามารถแข่งขันในตลาด สร้างให้ชุมชนเกิดรายได้มากขึ้น

จากการทำงานเชิงพื้นที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมพบว่าปัญหาสำคัญ (Pain Point) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมี 3 ประเด็นหลักคือ 1) การนำเอกลักษณ์ของชุมชนมาสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับมูลค่าทางสินค้า (Value Added) 2) การนำวิถีภูมิปัญญาที่มีคุณค่าในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่า และมูลค่า และ 3) การสร้างการรับรู้ทางการตลาด (Branding) จาก Pain Point ดังกล่าว มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมจึงบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ทั้งการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เข้าการพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้ศักยภาพ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น เป็นฐานในการพัฒนา ใช้ปัญหาและความต้องการของท้องถิ่นเป็นกรณีศึกษาเพื่อให้คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา นำความรู้ไปสร้างนวัตกรรมในท้องถิ่น ภายใต้แนวคิดนวัตกรรมที่สร้างสรรค์จากสิ่งที่มีค่าในท้องถิ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผ่านการทำงานด้วยภาคีเครือข่ายจากส่วนราชการ วิชากิจชุมชน สถาน

ประกอบการ ประชาชน ชุมชน ผู้นำชุมชน และประชาชนในพื้นที่ ด้วยรูปแบบที่เรียกว่า “นวัตกรรมเครือข่ายสีเขียว (Green Eco systems)”

ผลที่ได้จากการดำเนินการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมทำให้ชุมชนเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Line) ที่ใช้วัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น นำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไปพัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ชุมชนเกิดเครือข่ายความร่วมมือในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน “ชุมชนพี่ สอนชุมชนน้อง” สถานประกอบการได้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาและการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกับมหาวิทยาลัย อาจารย์และนักศึกษาได้ใช้ท้องถิ่นในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ และสร้างสรรค์งานวิจัยและนวัตกรรมจากการทำงานในพื้นที่ มหาวิทยาลัยมีหลักสูตรชุดวิชา (Modules) และหลักสูตรไม่เอาปริญญา (Nondegree) จากการทำงานเชิงพื้นที่ของมหาวิทยาลัย

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรท้องถิ่นผ่านนวัตกรรมสีเขียว เพื่อเป็นอาชีพเสริมและเพิ่มรายได้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน
- 2.2 เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชนพื้นที่
- 2.3 เพื่อสร้างเครือข่ายสีเขียว (Green Eco systems) เป็นภาคีเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนาท้องถิ่นชุมชนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. วิธีดำเนินงานและแผนการดำเนินงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมใช้แนวทางการบูรณาการเรียนการสอนกับการทำงานเชิงพื้นที่ (CRU CWIE Community) แนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และ เศรษฐกิจสีเขียว [Bio-Circular-Green (BCG) Economy] และการทำงานเครือข่ายสีเขียว (Green Eco systems) เป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยมีวิธีการและแผนการดำเนินงานดังนี้

3.1 การกำหนดเป้าหมายและหลักการทำงานร่วมกันของภาคีเครือข่าย

3.1.1 กำหนดเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่เป้าหมาย ได้แก่ชุมชนเขตลาดพร้าว จตุจักร และชุมชนจังหวัดชัยนาท โดยมีเครือข่ายความร่วมมือสำคัญ 5 ส่วนได้แก่

1. มหาวิทยาลัยประกอบด้วยคณะ สาขาวิชา คณาจารย์ นักศึกษา
2. ชุมชนท้องถิ่น ประกอบด้วยผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน วิสาหกิจชุมชน ประชาชน
3. หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วยพัฒนาชุมชน ส่วนราชการในจังหวัด
4. องค์กรภาคประชาชน ประกอบด้วยหอการค้า มูลนิธิ
5. ภาคธุรกิจ ประกอบด้วยสถานประกอบการ



3.1.2 กำหนดเป้าหมายหลักการทำงานร่วมกันของภาคีเครือข่ายที่สำคัญดังนี้

1. การดำเนินการต้องเป็นไปเพื่อแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น
2. ใช้ทรัพยากร องค์ความรู้ และศักยภาพที่มีอยู่ในท้องถิ่น ชุมชน
3. ทุกภาคีใช้ศักยภาพที่มีเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น การจัดการศึกษา แลกการพัฒนาของภาคีเครือข่าย
4. รักษาเพิ่มคุณค่า และมูลค่าเอกลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่นชุมชน
5. การดำเนินการทั้งหมดต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้หลักการ BCG Economy

3.2 การระดมความคิดเห็น จัดเวทีประชาคมเพื่อให้เสนอปัญหาเชิงพื้นที่ และสำรวจความต้องการของคนในชุมชนเสนานิคม 2 กรุงเทพมหานคร ตำบลบ้านเขย่น และตำบลเนินขาม ชุมชนเนินขาม จังหวัดชัยนาท

1. จัดประชุมระดมความคิดเห็น และจัดเวทีประชาคมเพื่อกำหนดหัวข้อปัญหาสำคัญ (Pain Point) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
2. จัดประชุมเพื่อวางแผนการปฏิบัติงาน กำหนดตัวชี้วัด ค่าเป้าหมายและจัดสรรงบประมาณ
3. ประสานงานพื้นที่ ภาคีเครือข่าย เตรียมความพร้อมก่อนลงพื้นที่

3.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์บนฐานเศรษฐกิจสีเขียวที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชน

1. กำหนดเอกลักษณ์ และทรัพยากรท้องถิ่น ชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้นวัตกรรม ภูมิปัญญา เอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น
3. กระบวนการการสร้างเครือข่ายสีเขียว (Green Network) บูรณาการการวิจัย การจัดการเรียนการสอนกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างชุมชน (“ชุมชนพี่ สอนชุมชนน้อง”) การสนับสนุนจากส่วนราชการ และการแลกเปลี่ยนมุมมองจากผู้ประกอบการ
4. ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ และการยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการ การออกแบบตราสินค้า การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ความรู้ด้านมาตรฐานต่างๆ ของผลิตภัณฑ์

3.4 การพัฒนาการตลาดและช่องทางการขายสินค้าให้กับชุมชน (ระบุรายละเอียดของแต่ละผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น)

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยการสร้างการมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นกับคนในชุมชน โดยเน้นวัสดุที่ทำมาจากกล่องกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย นอกจากนี้มีการส่งเสริมให้ชุมชนมีการผลิตถุงผ้าสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอเนินขาม ซึ่งเป็นผ้าทอโบราณลาวเวียง ประกอบกับถุงผ้ามีการย้อมสีด้วยวัตถุดิบจากธรรมชาติ ซึ่งช่วยสร้างคุณค่า และภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี โดยฝ่ายบริการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ ได้มีการติดตามผล และให้คำแนะนำคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง
2. พัฒนา Story Marketing มุ่งเน้นเรื่องราวจากการออกแบบรูปลักษณ์ และวัสดุจากธรรมชาติที่ช่วยส่งเสริมเรื่องราวด้านสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมผ่าน Green Product หรือผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ ทำให้เกิดการสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่มให้กับทุนทางวัฒนธรรม และธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชน
3. ส่งเสริมการตลาด Social มีการผลักดันให้คนในชุมชนมีการเปิดเพจ Facebook เพื่อสร้างการรับรู้ และเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงสินค้าของคนในชุมชนมากขึ้น โดยฝ่ายบริการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ ให้มีการช่วยออกแบบเพจ และวิธีการเตรียมความพร้อมในการสร้างเรื่องราวผ่านเพจอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในระยะต่อไปจะมีการผลักดันให้สินค้าอยู่ในตลาด E-Commerce
4. ส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับ High Luxury ผลิตภัณฑ์ทั้ง Eco Print และ Eco Herb มีการผลักดันโดยฝ่ายบริการวิชาการจากภาคีเครือข่าย และผู้ประกอบการชั้นนำในประเทศ เช่น การนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายที่ศูนย์การค้า Central Embassy โรงแรมเมอเวนพิก (Movenpick) กรุงเทพฯ และการออกบูธ ณ ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ และมีการผลักดันช่องทางการจำหน่ายอื่น ๆ ในกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังจ่าย หรือ High-end market อย่างต่อเนื่อง

4. งบประมาณและแหล่งที่มาและระยะเวลาในการดำเนินงาน

4.1 งบประมาณและแหล่งที่มาของงบประมาณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมได้รับจัดสรรงบประมาณแผ่นดินจากโครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565 นำมาดำเนินโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a marketplace ด้วยนวัตกรรมเครือข่ายสีเขียว (Green Eco systems) จำนวน 200,000 บาท

5. ประโยชน์ที่ได้รับ

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a marketplace ด้วยนวัตกรรมเครือข่ายสีเขียว (Green Eco systems) เกิดประโยชน์ ดังนี้

1. ชุมชนท้องถิ่น มีผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรในท้องถิ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ต่อยอดสู่การได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product)
2. ชุมชนท้องถิ่นมีช่องทางการจำหน่ายและการตลาดที่หลากหลาย
3. ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ ลดขยะ ลดความสูญเปล่า ทรัพยากร
4. เพิ่มรายได้บนฐานเศรษฐกิจสีเขียวที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชน ชุมชนท้องถิ่นมีรายได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
5. พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้กับคนในชุมชน
6. ประชาชนได้บริโภคสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
7. ยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ
8. เกิดเครือข่ายความร่วมมือบูรณาการการศึกษากับการทำงานในท้องถิ่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่เรียกว่านวัตกรรมเครือข่ายสีเขียว (Green Network)
9. นักศึกษา คณาจารย์ มีผลงานวิจัย นวัตกรรม และประสบการณ์การเรียนการสอนกับการทำงานเชิงพื้นที่

6. สรุปความโดดเด่นขององค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมและบริการวิชาการไปใช้ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม	รายละเอียดที่นำไปขับเคลื่อนผลงาน
1. องค์ความรู้กระบวนการสร้างเครือข่ายสีเขียว (Green Network)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การกำหนดเครือข่ายความร่วมมือที่มีศักยภาพ มีจิตอาสา มีอุดมการณ์ตรงกับประเด็นการพัฒนา และกำหนดหลักการทำงานอย่างชัดเจน 2. สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน โดย “ชุมชนพี่สอนชุมชนน้อง” ใช้ความรู้ ประสบการณ์จุดเด่นของแต่ละชุมชนมาแลกเปลี่ยน โดยให้ชุมชนนำความรู้ไปประยุกต์กับทรัพยากรและศักยภาพที่ตัวเองมี ไม่ใช่เป็นการลอกเลียน เป็นการเรียนรู้รูปแบบ วิธีการ เทคนิคไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตนเอง
2. นวัตกรรมยกระดับผลิตภัณฑ์สีเขียว ผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ใช้ทรัพยากรเหลือทิ้ง และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไพโรภรณ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากพืชและสมุนไพรท้องถิ่นมีความโดดเด่นคือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นยาสามัญประจำบ้าน โดยมุ่งเน้นวัตถุดิบจากสมุนไพรท้องถิ่น เช่น ขี้ผึ้ง พิมเสน ยาหม่อง เป็นต้น

องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม	รายละเอียดที่นำไปขับเคลื่อนผลงาน
--------------------------------	----------------------------------



ชุดสมุนไพรออกแกนิกไพรรักษ์



ชุด “ของชำร่วย”

2. สายใยไพรรักษ์ ใช้แนวคิด Eco Printing มีความโดดเด่นจากการสร้างมูลค่าเพิ่มจากใบไม้ท้องถิ่นในการนำมาทำลวดลายบนผืนผ้า ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ Eco printing เช่น หมวก ผ้าพันคอ เสื้อผ้า กระเป๋า printing ด้วยใบสัก ซึ่งเป็นต้นไม้หาง่ายประจำถิ่นนำ “ใบทองหลาง” ซึ่งเป็นใบไม้ประจำถิ่น และ ใบสัก ซึ่งเป็นต้นไม้หาง่ายในชุมชน มาทำเป็นลาย Eco printing บนผ้า โดยเราได้ทำสินค้าออกมาหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น กระเป๋าผ้า Eco printing และ เสื้อ Eco printing

องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม

รายละเอียดที่นำไปขับเคลื่อนผลงาน



องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม

รายละเอียดที่นำไปขับเคลื่อนผลงาน



ผ้าพิมพ์ลายธรรมชาติ (Eco print)



องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม

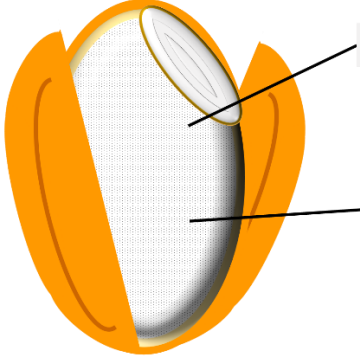

รายละเอียดที่นำไปขับเคลื่อนผลงาน



กระเป๋าใส่ของ

3. น้ำใจไพรภักดิ์ เป็นผลิตภัณฑ์น้ำสมุนไพรอแกนิกซึ่งฝ่ายบริการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการกำลังผลักดันสายผลิตภัณฑ์ประเภท Eco Herb ในระยะต่อไป โดยเฉพาะการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสมุนไพรในท้องถิ่นให้เป็นน้ำสมุนไพรท้องถิ่น



องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม	รายละเอียดที่นำไปขับเคลื่อนผลงาน
	<p>4. สบู่เมล็ดข้าวไยกกล้วยมันขัดผิวขาว นวัตกรรมกระบวนการสกัดสารจากทรัพยากรท้องถิ่น ความโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์สบู่ที่มีสรรพคุณต่อผิวพรรณจากสารสกัดธรรมชาติ เช่น ช่วยกระชับรูขุมขน ช่วยกระชับรูขุมขน ด้านการอักเสบ ด้านอนุมูลอิสระ ยับยั้งการทำลายคอลลาเจน เป็นต้น</p> <div data-bbox="889 520 1417 569" style="background-color: #f9a825; padding: 5px; text-align: center;"> สบู่เมล็ดข้าวไยกกล้วยมันขัดผิวขาว </div>  <div data-bbox="1052 590 1338 737" style="background-color: #e0e0e0; padding: 5px;"> ส่วนเมล็ดข้าว <ul style="list-style-type: none"> - สารสกัดเมล็ดข้าวกล้อง - ว่านหางจระเข้ - ไชเท้า </div> <div data-bbox="1052 751 1338 926" style="background-color: #f9a825; padding: 5px;"> ส่วนแกลบ <ul style="list-style-type: none"> - ขมิ้น - มะขามเปียก - ว่านหางจระเข้ - ขัดผิวไยกกล้วย </div>
<p>3. องค์ความรู้ช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับ High Luxury ในกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Green Consumer Target)</p>	<p>1. การพัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ พัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์เป็นรูปทรงเมล็ดข้าวในแกลบเพื่อสร้างความโดดเด่น</p>  <p>2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยการนำเยาวชนรุ่นใหม่ และกลุ่มผู้สูงอายุมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์</p>

องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม

รายละเอียดที่นำไปขับเคลื่อนผลงาน



3. การพัฒนาตราสินค้า โดยการนำเยาวชนรุ่นใหม่ และกลุ่มผู้สูงอายุ มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการสร้างตราสินค้าใหม่ และเรื่องราวของชุมชนที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์สินค้าได้





Top Market STB หมู่ 9 บ้านบึง 1,000 หมู่
กระบวนการผลิตจริง 350 ไร่



ผลิตภัณฑ์ 300 ไร่



ไร่กรกขี้ 300 ไร่
ขนาด 10x30 ไร่ ไร่กรกขี้ 2 ไร่



5'4 ซม 300 ไร่



Ø4.7 ซม/หน้า



Ø4.5 ซม/หน้า





Ø3.5 ซม/หน้า

30 ชุดต่อ 1 ตรม.

5. การพัฒนา Content social โดยการสนับสนุนให้คนในชุมชนเปิดเพจ Facebook เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจ



องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม	รายละเอียดที่นำไปขับเคลื่อนผลงาน
	<p data-bbox="667 296 1416 430">6. การเพิ่มช่องทางการจำหน่าย โดยการสนับสนุนให้คนในชุมชนนำสินค้ามาจำหน่ายงานเทศกาล และงานกิจกรรมพิเศษต่างๆ ในจังหวัดชัยนาท และกรุงเทพมหานคร รวมถึงสถานประกอบการต่างๆ</p>   <p data-bbox="667 1591 1416 1812">7. การยกระดับตลาด High Luxury ผลักดันสู่ตลาด Luxury Green Product โดยขณะนี้มีองค์กรคือ Central Embassy และ โรงแรม Moven Pick ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำและโรงแรมระดับ 5 ดาว จัดแสดงออกบูธจำหน่ายสินค้า แก่กลุ่มลูกค้าชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพักในประเทศไทย</p>

องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม	รายละเอียดที่นำไปขับเคลื่อนผลงาน
	 

7. ผู้รับผลประโยชน์/กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้รับประโยชน์	รูปแบบการบริการวิชาการ	รูปแบบการนำไปใช้
1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนสารพัดดี เพื่อสุขภาพ จำนวน 15 ครัวเรือน	วิจัยค้นคว้าสรรพคุณของสารสำคัญที่ใส่ในสบู่เมล็ดข้าวไยกกล้วยมันขัดผิวขาว	พัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่สารสกัดจากวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น

กลุ่มผู้รับประโยชน์	รูปแบบการบริการวิชาการ	รูปแบบการนำไปใช้
2. ชุมชนเนินขามชัยนาท 5 จำนวนครัวเรือน	ชุมชนเนินขามนำองค์ความรู้เรื่องผ้า และเรื่องการย้อมสีผ้าจากธรรมชาติ Eco Print ให้กับชุมชนเสนานิคม 2 กรุงเทพฯ	ได้ภาคีเครือข่ายผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Network) และการสร้างช่องทางการตลาด และหารายได้ร่วมกัน
3. ชุมชนเสนานิคม 2 กลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 20 คน	จากการค้นหาทุนวัฒนธรรมด้านสมุนไพร ทีมฝ่ายบริการวิชาการได้พัฒนาองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ Eco Herb นอกจากนี้ทีมบริการวิชาการได้นำปราชญ์ชุมชนเนินขามมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้ชุมชนเสนานิคม2 ในด้าน Eco Print บนฐานทุนทางธรรมชาติของเสนาคม 2	ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จากการสร้างมูลค่าเพิ่มในวัสดุจากธรรมชาติ Eco Print เช่น กระเป่า เสื้อ ผ้าพันคอ หมวก เป็นต้น และ Eco Herb เช่น ชี้ผึ้ง พิมเสน ยาหม่อง เป็นต้น
4. นักศึกษาสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว/การตลาด/บัญชี/นิเทศศาสตร์/การจัดการธุรกิจ/เคมี	นักศึกษามีส่วนร่วมในการช่วยเรื่องการพัฒนาสินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว การจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย การทำเพจออนไลน์ สื่อประชาสัมพันธ์ และการวางช่องทางการตลาด	นักศึกษาฝึกการเป็นผู้ช่วยวิทยากรได้เรียนรู้ และนำองค์ความรู้เชิงพื้นที่ไปปรับใช้ในรายวิชา และการฝึกงาน

8. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้น

กลุ่มผู้รับประโยชน์	ผลกระทบทางเศรษฐกิจ	ผลกระทบทางสังคม
1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนสารพัดดี เพื่อสุขภาพ ตำบลบ้านเข็ญ อ. จังหวัดชัยนาท จำนวน 15 ครัวเรือน	กลุ่มมีรายได้ประมาณ 5,000 บาท ต่อเดือน (60,000 บาทต่อปี) เพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรในท้องถิ่น	1 เกิดการพัฒนาทักษะ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่อจากทรัพยากรในท้องถิ่นและด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สบู่อ 2 เกิดการขยายความรู้ เผยแพร่สู่ชาวบ้านในท้องถิ่นอื่น
2. ชุมชนเนินขาม ชัยนาท จำนวน 5 ครัวเรือน	ทั้งสิ้น 200,000 บาท	เกิดการจ้างงาน และการสร้างเครือข่ายสีเขียว รวมถึงการกระตุ้นให้คนในชุมชนท้องถิ่นเล็งเห็นคุณค่าจากทุนทางวัฒนธรรม และธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนจนเกิดเป็น

กลุ่มผู้รับประโยชน์	ผลกระทบทางเศรษฐกิจ	ผลกระทบทางสังคม
		มูลค่าทางเศรษฐกิจ (Green Economy)
3. ชุมชนเสนาานิคม 2 จำนวน จำนวน 20 ราย	รายได้ ของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีเขียวในแต่ละช่องทาง การจัดจำหน่าย โดยรายรับรวมทั้งสิ้น 50,000 บาท (เป็นตัวเลขระยะแรกเริ่ม)	เกิดการจ้างงาน และการสร้างเครือข่ายสีเขียว รวมถึงการกระตุ้นให้คนในชุมชนท้องถิ่นเห็นคุณค่าจากทุนทางวัฒนธรรม และธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนจนเกิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Green Economy)
4. นักศึกษาสาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว/การตลาด/บัญชี/นิเทศศาสตร์/การจัดการธุรกิจ/เคมี	-	นักศึกษาได้เรียนรู้ และนำองค์ความรู้เชิงพื้นที่ไปปรับใช้ในการฝึกงาน และการประกอบอาชีพ

9. การเสริมพลังและสร้างความเข้มแข็งของภาคีเครือข่าย

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a marketplace ด้วยนวัตกรรมเครือข่ายสีเขียว (Green Eco systems) เป็นการสร้าง Green Network เพื่อกระจายความรู้ และทักษะให้กับคน Generation อื่น ๆ เพื่อโอกาสในการขยายกำลังผลิตและเกิดการต่อยอดสู่ช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย จากความร่วมมือในหลากหลายภาคส่วน เช่น ภาครัฐ ได้แก่ ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ ภาคเอกชน ได้แก่ ห้างสรรพสินค้า Central Embassy และ โรงแรม Moven Pick ภาคประชาคม ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่น สถานปฏิบัติธรรมบ้านลานเสียงธรรม โดยสอดคล้องกับพันธกิจมหาวิทยาลัยด้านสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วน เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนให้มีคุณธรรมและความสามารถในการบริหารงานเพื่อประโยชน์ต่อส่วนร่วม โดยแต่ละภาคีเครือข่ายมีศักยภาพ และการเสริมสร้างความเข้มแข็งดังนี้

ภาคีเครือข่าย	ศักยภาพที่ใช้ในโครงการ	การเสริมสร้างความเข้มแข็ง
ภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชน เทศบาลตำบลบ้านเข็ญ จังหวัดชัยนาท	ในฐานะที่สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดชัยนาท และเทศบาลตำบลบ้านเข็ญมีความใกล้ชิดกับคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทางหน่วยงานมีการสนับสนุนฝ่ายบริการวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ และคณะวิทยาศาสตร์ ในด้านการประสานงาน การจัดประชุม การให้ข้อมูล การหาช่องทางตลาดให้กับชุมชน	มหาวิทยาลัยและหน่วยงานภาครัฐ ร่วมกันติดตามผลการดำเนินงาน และหาช่องทางตลาดให้กับชุมชน โดยเฉพาะ การนำผลิตภัณฑ์ ออกจำหน่ายตามเทศกาล และบูทกิจกรรมพิเศษในจังหวัดชัยนาท และ กรุงเทพมหานคร ทำให้ชุมชนในพื้นที่เกิดความเข้มแข็ง

ภาคีเครือข่าย	ศักยภาพที่ใช้ในโครงการ	การเสริมสร้างความเข้มแข็ง
หน่วยงานที่ไม่แสวงหาผลกำไร (NGO) มูลนิธิรักษาดินรักษน้ำ (Earth Safe)	มูลนิธิรักษาดินรักษน้ำ (Earth Safe) ได้เข้ามาสนับสนุนการให้องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รักษ์โลก ผลิตภัณฑ์สีเขียว ให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการสร้างมาตรฐานให้กับผลิตภัณฑ์ในการนำสินค้าเข้าสู่ศูนย์การค้า หรือ Modern Trade	การขยายกลุ่มวิสาหกิจ และกำลังผลิตของตนในชุมชนไปพร้อม ๆ กับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องการตลาด หรือลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวมีการเข้ามาให้ความรู้ และสนับสนุนคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง
ภาคประชาคม ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เสนานิคม2 กรุงเทพฯ และกลุ่มผ้าทอเนินขาม จังหวัดชัยนาท	ชุมชนมีความสนใจ และให้ความร่วมมือจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อพัฒนา Eco print และ Eco Herb อย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการช่วยกันค้นหาทุนวัฒนธรรม และธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนมานำเสนอ	ชุมชนมีทุนวัฒนธรรมที่เป็นจุดแข็งของชุมชน ประกอบกับคนในชุมชนมีส่วนร่วมที่ต่อเนื่อง นำไปสู่การขับเคลื่อนการพัฒนา Eco Print และ Eco Herb ในระยะต่อไป
มหาวิทยาลัยลัย: คณะวิทยาการจัดการ และคณะวิทยาศาสตร์	การถ่ายทอดองค์ความรู้เฉพาะด้านที่คณะมีสู่การทำประโยชน์ให้ชุมชนในเชิงพาณิชย์	เสริมสร้างความเข้มแข็งของการบูรณาการด้านการเรียนการสอนกับการทำงาน



ภาพ การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายความร่วมมือ

10. กลไกความยั่งยืนของการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมผ่านการเรียนรู้ชุมชน

S: Supply	I: Input	P: Process	O: Output	C: Customer
ภาคีเครือข่าย ได้แก่ สำนักงานพัฒนา ชุมชน เทศบาล ตำบลบ้านเข็ญ จังหวัดชัยนาท มูลนิธิรักษดินรักษน้ำ (Earth Safe)	วัฒนธรรมด้านผ้า ทอลาวเวียง สมุนไพรท้องถิ่น และพืชพื้นถิ่นของชุมชน	สำนักงานพัฒนา ชุมชน และเทศบาล ตำบลบ้านเข็ญ จังหวัดชัยนาทใน ฐานะที่มีความ ใกล้ชิดคนในชุมชน มีหน้าที่ใน ประสานงาน การ จัดประชุม การให้ ข้อมูล การหา ช่องทางการตลาด ให้กับชุมชน ส่วน มูลนิธิรักษดินรักษน้ำ (Earth Safe) ได้เข้ามาสนับสนุน การให้องค์ความรู้ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รักษ์โลก ผลิตภัณฑ์ สีเขียว ให้กับคนใน ชุมชน โดยเฉพาะ การให้คำแนะนำ เกี่ยวกับการสร้าง มาตรฐานให้กับ ผลิตภัณฑ์ในการนำ สินค้าเข้าสู่ ศูนย์การค้า หรือ Modern Trade และที่สำคัญ คือ องค์ความรู้ของ คณะวิทยาการ จัดการ และคณะ วิทยาศาสตร์ที่	1. ไพรม์ภัณฑ์ พัฒนา ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ใช้แนวคิด Eco Herb 2. สายใยไพรม์ภัณฑ์ ใช้แนวคิด Eco Printing 3. น้ำใจไพรม์ภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์น้ำ สมุนไพรออแกนิก 4. สบู่เมล็ดข้าวใยกล้วยขมมันขัดผิวขาว	ผลิตภัณฑ์ Eco Herb และEco Printing มีการ ขยายช่องทาง การตลาดไปในกลุ่ม ลูกค้า High-end market กลุ่มลูกค้า Niche Market กลุ่มลูกค้าในงาน กิจกรรมพิเศษ/ เทศกาล

S: Supply	I: Input	P: Process	O: Output	C: Customer
		ส่งผ่านไปยังชุมชน เพื่อก่อให้เกิด ประโยชน์ในเชิง พาณิชย์		