



**REGIONAL
SCIENCE
PARK**



รายงานฉบับสมบูรณ์

แผนงานการส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่

เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน

Area-based Innovation for Community

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

โดย

อุทยานวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัราชภัฏนครสวรรค์

เสนอ

กองส่งเสริมและประสานเพื่อประโยชน์ทางวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

อุทยานวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ผู้รับผิดชอบโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบุญ นิยม

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

หน่วยงาน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

โทรศัพท์ 056-219-100 ต่อ 1139

โทรสาร 056-882-793

โทรศัพท์มือถือ 061-519-2653

อีเมล Sbniyom@gmail.com

ผู้ประสานงานโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยะกิจ กิจติดุลากานนท์

ตำแหน่ง รักษาการหัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา

กรรมการและเลขานุการ คณะกรรมการอุทยานวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

หน่วยงาน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

โทรศัพท์ 056-219-100 ต่อ 1139

โทรสาร 056-882-793

โทรศัพท์มือถือ 086-346-9689

อีเมล Piyakit.k@nsru.ac.th

1

หลักการและเหตุผล

เศรษฐกิจชุมชนถือว่าเป็นรากฐานที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากประชากรไทยส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นมากกว่าอยู่ในเมือง ดังนั้นการสร้างฐานรากของเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืน ก็จะเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีศักยภาพด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ การนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับการดำรงชีวิตและธุรกิจของคนในชุมชน จะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนา และเรียนรู้อย่างยั่งยืน สามารถนำองค์ความรู้จากงานวิจัยไปใช้ในการทำธุรกิจ สร้างอาชีพ รวมถึงต่อยอดไปสู่ การแก้ปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันได้

แผนงานการส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่เพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน (Area based Innovation for Community) เป็นแผนงานที่ส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีหรืองานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในชุมชนในหลากหลายมิติ เช่น การดำรงชีพ สุขภาพ การแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ การสร้างอาชีพ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดการเรียนรู้ในชุมชน เพิ่มศักยภาพของคนในท้องถิ่น และพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ในแผนงานยังมีกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนการสร้างธุรกิจใหม่ในชุมชน ผ่านกระบวนการ บ่มเพาะจากเครือข่าย อุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค ซึ่งจะเป็นการช่วยผู้ประกอบการชุมชนลดความเสี่ยงในการตั้งธุรกิจ และสามารถต่อยอดทางธุรกิจเองได้อย่างยั่งยืน



2 วัตถุประสงค์

- 1) ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีและงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในชุมชน
- 2) สร้างผู้ประกอบการชุมชนที่มีพื้นฐานจากเทคโนโลยีและงานวิจัยในการทำธุรกิจ

3 เป้าหมาย

- 1) ชุมชนที่มีการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน
- 2) ผู้ประกอบการชุมชนที่มีความพร้อมในการทำธุรกิจ

4 ผลการดำเนินงาน

▶ การถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน (Tech transfer to Community)

1. การสำรวจพื้นที่ และทำความเข้าใจเบื้องต้นกับชุมชน
ดำเนินการสำรวจพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยจัดทำเวทีชุมชนเพื่อสอบถามปัญหา ความต้องการของกลุ่ม และชี้แจงวางแผนการดำเนินงานร่วมกับชุมชนเกี่ยวกับการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
2. การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้งานในพื้นที่
ดำเนินการให้ความรู้ด้วยวิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยีผ่านการอบรมเชิง การอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยี หลักการผลิตอาหารพร้อมดื่มบรรจุขวด กฎหมายกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง GMP

3. การสาธิตการใช้งานเทคโนโลยี

ดำเนินการสาธิตการใช้งานเทคโนโลยีผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการการอบรมเชิงปฏิบัติการการฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรส์และการบรรจุแบบร้อนสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำส้มโอพร้อมดื่มแบบกะ (batch) และแบบต่อเนื่อง (continuous) และการใช้เครื่องมือวิทยาศาสตร์ในการควบคุมการผลิตน้ำส้มโอพร้อมดื่มและการบันทึกข้อมูล

4. การส่งเสริมให้ชุมชนนำเทคโนโลยีไปใช้งานจริง

การส่งเสริมให้ชุมชนนำเทคโนโลยีไปใช้งานจริง ในระหว่างการจัดกิจกรรมได้ดำเนินการให้ผู้สนใจได้เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติมนอกจากสมาชิกกลุ่ม และยังส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยให้สามารถดำเนินกิจกรรมต่อยอดได้หลังจาก การถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรม

5. การติดตามและประเมินผลโครงการ

ขั้นตอนการติดตามและประเมินผลการดำเนินการอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของหน่วยงานสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยสามารถติดตามและประเมินผลได้ตามกรอบระยะเวลาการดำเนินงานของคณะกรรมการ

สรุปรายชื่อโครงการ

ลำดับ	ชื่อโครงการ	ชุมชนที่เข้าร่วม
1	การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำส้มโอพร้อมดื่มด้วยการฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรส์และการบรรจุร้อนเพื่อเพิ่มมูลค่าส้มโอทำชอย	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์พัฒนาและแปรรูปส้มโอสายพันธุ์ท่าชอย ต.ไผ่ท่าโพธิ์ อ.โพธิ์ประทับช้าง จ.พิจิตร

► การสร้างผู้ประกอบการชุมชน (Local Startups)

1. ผู้ประกอบการชุมชน (Local Startups)

1. การประชาสัมพันธ์โครงการ

ดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการผ่านระบบออนไลน์

2. การคัดเลือกโครงการ

ดำเนินการคัดเลือกโครงการ โดยการลงพื้นที่จริง การสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับโครงการ โดยมีคณะกรรมการคัดเลือกชุมชนที่มีศักยภาพและมีสอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการ

3. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

3.1 การให้ความรู้และพัฒนาศักยภาพในการทำธุรกิจ

การให้ความรู้และการพัฒนาศักยภาพในการทำธุรกิจที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชนเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ และ สาขาวิชาการออกแบบสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

3.2 การกำหนดแนวคิดและวางแผนธุรกิจ

การกำหนดแนวคิดและการวางแผนธุรกิจ โดยการจัดประชุมกลุ่มเพื่อร่วมสร้างแนวคิดในการดำเนินธุรกิจชุมชน การร่วมวางแผนดำเนินการ และจัดทำแผนโมเดลธุรกิจ (BMC : Business Model Canvas) ที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชนเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ และ สาขาวิชาการออกแบบสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์



3.3 การพัฒนาทางเทคโนโลยีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาเทคโนโลยีโดยการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี หรือ นวัตกรรมจากงานวิจัย เรื่อง แนวทางการนำองค์ความรู้ด้านการออกแบบมาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่เชิงพาณิชย์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านมอญจังหวัดนครสวรรค์ แบบใช้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ ของ นัฐธีรนนท์ รอดชื่น และ รพีพัฒน์ มั่นพรม (2561) และ งานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ของรพีพัฒน์ มั่นพรม (2553) สาขาวิชาการออกแบบสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยมีการถ่ายทอดชุดองค์ความรู้ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรม โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และวิทยากรที่มีองค์ความรู้ด้านการสร้างเครื่องปั้นดิน ซึ่งแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีโดยการใช้นวัตกรรมจากงานวิจัย ประกอบด้วย

(1) เครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเครื่องปั้นดินเผา เพื่อช่วยลดขั้นตอนการเตรียมดินสำหรับปั้น ช่วยแก้ปัญหาการแตกร้าว การระเบิด และการชำรุดของเครื่องปั้น จากเม็ดกรวด หิน เปลือกหอย ในระหว่างขั้นตอนการตากและการเผา ซึ่งเป็นปัญหาหลักของชุมชน



(2) การสร้างแม่พิมพ์ช่วยในการผลิต เพื่อช่วยควบคุมคุณภาพในการผลิต และช่วยแก้ปัญหาการขาดแรงงานช่างปั้นงานเครื่องปั้นดินเผาที่เป็นปัญหาในปัจจุบัน



(3) การทดสอบคุณสมบัติของดิน เพื่อเพิ่มโอกาสในการค้นหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ ที่ใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์



ที่มีมูลค่าสูงขึ้น แต่มีการใช้ปริมาณดินที่น้อยกว่าเดิม โดยการลดขนาดของผลิตภัณฑ์ลงแต่เพิ่มมูลค่าได้
ทางการตลาด เพื่อลดอัตราการใช้ดิน ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของชุมชนในปัจจุบัน



3.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการต้นแบบ

สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ ชุดผลิตภัณฑ์สปาจากเครื่องปั้นดินเผา เชื่อมโยงกับธุรกิจสมุนไพร สปาและอโรมา เป็นต้น



จัดวางรูปแบบที่ 2

จัดวางรูปแบบที่ 1



จัดวางรูปแบบที่ 3



3 IN 1
จัดวางได้ 3 รูปแบบ ใน 1 เซต

3.5 การพัฒนาด้านการสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และการตลาด

การพัฒนาด้านการสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และการตลาดทั้งระบบ Online และ Off line ที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชน

LOCAL STARTUPS
โครงการสร้างผู้ประกอบการชุมชน
นายเอกลักษณ์ กษมาภรณ์

การเสริมศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน
เครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ
ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. อบรมผู้ประกอบการ 1 รุ่น/ชุมชน จำนวน 1 รุ่น/ชม.
2. อบรมผลิตภัณฑ์ในการผลิตสินค้า จำนวน 1 รุ่น/ชม.
3. ฝึกอบรมการตลาดและการสร้างแบรนด์สินค้า จำนวน 1 รุ่น/ชม.
4. ผลิตสินค้า จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์

ธุรกิจ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรม

1. ธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา ที่เชื่อมโยงธุรกิจสปาและอโรมา
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ออโรมา เทอราซี หรือเครื่องปั้นดินเผา เพื่อส่งเสริมงานการตลาดเชื่อมโยงกับธุรกิจสปา การอโรมา และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. การสร้างแบรนด์เพื่อเชื่อมโยงการตลาด เชื่อมโยงชุมชนสู่การตลาด และอโรมา (พัฒนาการตลาด) ระหว่างจังหวัดนครสวรรค์กับจังหวัดนครสวรรค์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุดสปาเครื่องปั้นดินเผา
สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เชื่อมโยงกับธุรกิจสปาและอโรมา เชื่อมโยงกับธุรกิจสปาและอโรมา

การพัฒนาบริการสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และการตลาด
การพัฒนาบริการสร้างแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และการตลาดทั้งระบบ Online และ Off line ที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชนและการใช้แบรนด์ CHIC MON - ดินเผาเครื่องปั้นดินเผา 3 in 1 เซต 3 รูปแบบ

ทรัพย์สินทางปัญญา
เป็นผลิตภัณฑ์ ดินเผาเครื่องปั้นดินเผาของจังหวัดนครสวรรค์



4. การติดตามและประเมินผล

ลงพื้นที่ติดตามและประเมินผล พร้อมกับคณะทำงาน อุทยานวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครสวรรค์ หลังการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยกำหนดเป็นรอบ 1 เดือน 3 เดือน และ 6 เดือน

สรุปรายชื่อผู้ประกอบการ

ลำดับ	ชื่อผู้ประกอบการ	ผลิตภัณฑ์ / บริการ
1	นายเอกสิทธิ์ กษมากรณ์	CHIC MON : ชุดสปาดินเผา

5 ตัวชี้วัดและผลลัพธ์

- 1) ชุมชนที่มีการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ 1 ชุมชน
- 2) ผู้ประกอบการชุมชนที่มีความพร้อมในการทำธุรกิจ 1 ราย

6 ผลกระทบโครงการ

- 1) ชุมชนเกิดการพึ่งพาตนเองและพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 2) เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจชุมชน
- 3) ส่งเสริมการนำองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจากสถาบันศึกษาไปใช้ประโยชน์กับชุมชนมากขึ้น
- 4) สร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐฯ (สถานศึกษา) และภาคเอกชน/ชุมชนหน่วยงานต่างๆ ในพื้นที่

7 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน พร้อมแนวทางการแก้ไข

ปัญหาและอุปสรรค ในช่วงระยะเวลาดำเนินงานเกิดปัญหาสถานการณ์โรคระบาด โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อให้มีการจัดกิจกรรมที่ล่าช้ากว่ากำหนดการที่วางแผนไว้ในบางกิจกรรม ทำให้การลงพื้นที่ชุมชนไม่ตรงตามแผนดำเนินงาน และมีการจำกัดจำนวนคน ตามมาตรการควบคุมโรคและมาตรการความปลอดภัยของแต่ละพื้นที่

แนวทางแก้ปัญหา ปรับแผนการดำเนินงานในการลงพื้นที่ใหม่ตามสถานการณ์จริง ลดจำนวนคนในการลงพื้นที่ และมีการติดต่อ สื่อสาร รวมทั้งให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์และทางระบบออนไลน์ ทดแทนการลงพื้นที่จริง

8 ข้อมูลผู้รับผิดชอบโครงการและโครงสร้างหน่วยงาน
 (รายชื่อคณะทำงาน / ฝ่ายโครงสร้างองค์กร)



ภาคผนวก

กิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน

Tech Transfer to Community

ผลการดำเนินงาน (รายโครงการ)

โครงการที่ 1

ชื่อโครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำส้มโอพร้อมดื่มด้วยการฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรซ์และการบรรจุร้อน เพื่อเพิ่มมูลค่าส้มโอท่าช้อย

ชื่อชุมชนที่เข้าร่วม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์พัฒนาและแปรรูปส้มโอสายพันธุ์ท่าช้อย

พื้นที่ดำเนินการ / ที่อยู่ 18 หมู่ 8 ต.ไผ่ท่าโพธิ์ อ.โพธิ์ประทับช้าง จ.พิจิตร

เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

1. เทคโนโลยีการฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรซ์และการบรรจุร้อน (hot filling) แบบกะ (batch)
2. เทคโนโลยีการฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรซ์และการบรรจุร้อน (hot filling) แบบกะ (continuous)
3. เทคโนโลยีการผลิตอาหารพร้อมดื่มบรรจุขวด กฎหมายกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง GMP
4. การใช้เครื่องมือวิทยาศาสตร์ในการควบคุมการผลิตน้ำส้มโอพร้อมดื่มและการบันทึกข้อมูล
5. การสร้างแบรนด์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐาน มผช.

กิจกรรมที่ดำเนินการ

กิจกรรมที่ 1 สสำรวจพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน

กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาสูตรการผลิตน้ำส้มโอพร้อมดื่มจากส้มโอพันธุ์ท่าช้อย

กิจกรรมที่ 3 ดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ

กิจกรรมที่ 4 การสร้างแบรนด์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐาน มผช.

กิจกรรมที่ 5 ติดตามข้อมูลประสิทธิภาพการทำงานหลังการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ผลการดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 สำรวจพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน

จากการสำรวจพื้นที่กลุ่มอนุรักษ์พัฒนาและแปรรูปส้มโอสายพันธุ์ท่าข่อย จึงได้ทราบข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่ามีการปลูกส้มโอสายพันธุ์เพื่อให้ได้ปริมาณของผลผลิตส้มโอบรรจุจำหน่ายตลอดทั้งปี เนื่องจากส้มโอสายพันธุ์มีอายุการเก็บเกี่ยวไม่เท่ากัน แต่พันธุ์ส้มโอบที่ปลูกกันมากที่สุดคือ ส้มโอบรรจุท่าข่อย ซึ่งปัจจุบันได้รับการรับรองเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดพิจิตร จากความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจฯ ที่ต้องการแปรรูปส้มโอบในครั้งแรกสามารถสรุปความชัดเจน ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำส้มโอบรรจุพร้อมดื่ม โดยเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการและเสริมสุขภาพด้วยการเติมสีของดอกอันชันเข้าไปในน้ำส้มโอบรรจุพร้อมดื่ม แต่เมื่อทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มแล้ว ทางกลุ่มลงความเห็นว่าสีของดอกอันชันเมื่อใส่ลงในน้ำส้มโอบแล้วทำให้ไม่น่ารับประทาน จึงเปลี่ยนเป็นน้ำส้มโอบ 100% แทน และเพิ่มกระบวนการแปรรูปน้ำส้มโอบเข้มข้น

กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาสูตรการผลิตน้ำส้มโอบรรจุพร้อมดื่มจากส้มโอบรรจุท่าข่อย

2.1 พัฒนาสูตรการผลิตน้ำส้มโอบรรจุพร้อมดื่มที่เหมาะสมกับการจำหน่าย ได้สูตรและกระบวนการผลิตที่เหมาะสมในการผลิตน้ำส้มโอบรรจุพร้อมดื่ม และน้ำส้มโอบเข้มข้น ซึ่งสามารถลดความขมของน้ำส้มโอบให้อยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยอมรับได้ โดยการใช้สารดูดซับความขมเป็นเรซิน ชนิดแคทไอออน (Cation resin food grade) 10% ของน้ำส้มโอบ ใช้เวลาไหลผ่านตัวดูดซับหรือกวน 10 นาทีก่อนพาสเจอร์ไรซ์ สำหรับน้ำส้มโอบรรจุพร้อมดื่ม 100% จะมีค่าของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมดและค่า pH เท่ากับ 15°Brix และ 3.5 ตามลำดับ ส่วนน้ำส้มโอบเข้มข้นมีค่าของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด และค่า pH เท่ากับ 45 °Brix และ 2.5 ตามลำดับ อุณหภูมิและเวลาในการพาสเจอร์ไรซ์คือ 80 องศาเซลเซียส นาน 1 นาที ยกกลาง และบอบจุ่มร้อนปิดฝานอนขวด แล้วอุณหภูมิน้ำส้มโอบอย่างรวดเร็วเมื่ออุณหภูมิเย็นลงประมาณ 40 องศาเซลเซียส เช็ดขวดให้แห้ง และเก็บในตู้เย็น

2.2 ทดสอบสมบัติทางกายภาพ เคมี จุลินทรีย์ และประสาทสัมผัส

การทดสอบน้ำส้มโอบรรจุพร้อมดื่ม 100% ที่มีค่าของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด 2 ระดับคือ 12 และ 15°Brix ค่า pH ที่ 2 ระดับ คือ 3.0 และ 3.5 พบว่า สูตรน้ำส้มโอบที่มีค่าของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ที่ 15 °Brix และ pH 3.5 ได้รับคะแนนความชอบจากผู้บริโภคมากที่สุด และมีสมบัติทางกายภาพ ด้านสี มีค่า L* a* และ b* เท่ากับ 14.68, 5.56 และ 18.06 ตามลำดับ ส่วนน้ำส้มโอบเข้มข้นสูตรที่ได้รับคะแนนความชอบจากผู้บริโภคมากที่สุด คือ สูตรน้ำส้มโอบเข้มข้นที่มีค่าของแข็งที่ละลายได้ทั้งหมด ที่ 45 °Brix และ pH 2.5 ลักษณะทั่วไปเป็นของเหลวขุ่น ไม่มีเนือปน เมื่อทิ้งไว้มีตะกอนเล็กน้อย มีกลิ่นรสดีตามธรรมชาติ และทดสอบคุณภาพด้านจุลินทรีย์ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช.275/2557 (น้ำส้ม) และ มผช. 1307/2557 (น้ำผลไม้เข้มข้น) พบว่าทั้งผลิตภัณฑ์น้ำส้มโอบรรจุพร้อมดื่ม 100% และน้ำส้มโอบเข้มข้น มีคุณภาพเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน ทั้งปริมาณจุลินทรีย์ทั้งหมด, แคลโมเนลลา, สแตฟีโลค็อกคัส ออเรียส, บาซิลลัส ซีเรียส, คลอสทริเดียม เพอร์ฟริงเจนส์, โคลิฟอร์ม, เอสเชอ

ริเชีย โคลิ, ยีสต์และรา โดยน้ำส้มโอพร้อมดื่ม 100% สามารถเก็บไว้ในตู้เย็นได้นานถึง 20 วันโดยไม่เกิดการเสื่อมเสียทั้งทางด้านกายภาพ เคมี และจุลินทรีย์ ส่วนน้ำส้มโอเข้มข้นสามารถเก็บไว้ที่อุณหภูมิห้องได้นาน 3 เดือน ในตู้เย็นได้นานกว่า 3 เดือน

กิจกรรมที่ 3 ดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ

ดำเนินการจัดการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ ดังนี้

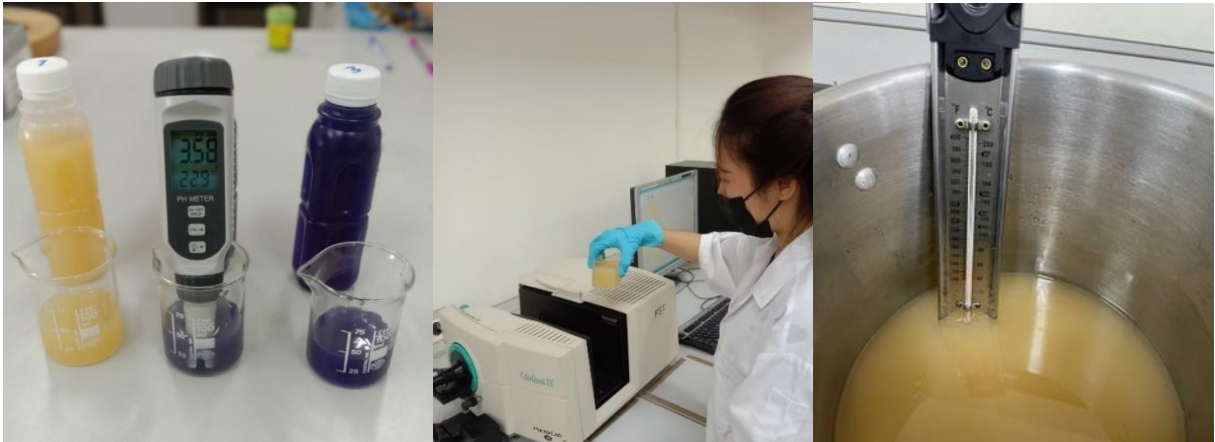
3.1 การอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีหลักการผลิตอาหารพร้อมดื่มบรรจุขวด กฎหมาย กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง GMP จำนวน 2 วัน



3.2 การอบรมเชิงปฏิบัติการการฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรส์และการบรรจุแบบร้อนสำหรับผลิตภัณฑ์ น้ำส้มโอพร้อมดื่มแบบกะ (batch) และแบบต่อเนื่อง (continuous) จำนวน 2 วัน



3.3 การอบรมเชิงปฏิบัติการ การใช้เครื่องมือวิทยาศาสตร์ในการควบคุมการผลิตน้ำส้มโอพร้อมดื่มและการบันทึกข้อมูล จำนวน 1 วัน



กิจกรรมที่ 4 การสร้างแบรนด์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐาน มผช.

ออกแบบแบรนด์ และเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการจำหน่าย พร้อมทั้งออกแบบบรรจุภัณฑ์และจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายให้ได้ตามมาตรฐาน มผช.



ผลิตและจำหน่ายโดย
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์พัฒนาและแปรรูป
ส้มโอสายพันธุ์ท่าซอญ
18 หมู่ 8 ต.ไผ่ท่าโพธิ์ อ.โพธิ์ประทับช้าง จ.พิจิตร
โทร 091-381-6094

SCAN ME 

วัน/เดือน/ปีที่ผลิต
วัน/เดือน/ปี หมดอายุ



น้ำส้มโอ

100%

POMELO JUICE 100%

• No sugar added
• No preservative

ปริมาณ 150 CC

ทำไม ? ส้มโอทำชอยถึงขม
เพราะส้มโอทำชอยมีสาร นารินจีน (Naringin)
ซึ่งช่วยลดระดับไขมัน น้ำตาลในเลือดและเพิ่มปริมาณอินซูลิน

ส่วนประกอบสำคัญ
Ingredient

น้ำส้มโอ	100%
Pomelo	100%

แต่งกลิ่นเลียนแบบธรรมชาติ

ผลิตและจำหน่ายโดย
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์พัฒนาและแปรรูป
ส้มโอสายพันธุ์ท่าซอญ
18 หมู่ 8 ต.ไผ่ท่าโพธิ์ อ.โพธิ์ประทับช้าง จ.พิจิตร
โทร 091-381-6094

SCAN ME 

วัน/เดือน/ปีที่ผลิต
วัน/เดือน/ปี หมดอายุ



น้ำส้มโอ

เข้มข้น

CONCENTRATED POMELO JUICE

• No sugar added
• No preservative

ปริมาณ 150 CC

ทำไม ? ส้มโอทำชอยถึงขม
เพราะส้มโอทำชอยมีสาร นารินจีน (Naringin)
ซึ่งช่วยลดระดับไขมัน น้ำตาลในเลือดและเพิ่มปริมาณอินซูลิน

ส่วนประกอบสำคัญ
Ingredient

น้ำส้มโอ	66%
น้ำตาลซูโครส	34%
INS 300	0.5%

แต่งกลิ่นเลียนแบบธรรมชาติ

กิจกรรมที่ 5 ติดตามข้อมูลประสิทธิภาพการทำงานหลังการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ติดตามข้อมูลประสิทธิภาพการทำงานหลังการถ่ายทอดเทคโนโลยี ข้อมูลการจำหน่าย ติดตามผลการตอบรับของผู้บริโภค พบว่าได้มีการผลิตน้ำส้มโอพร้อมดื่ม และน้ำส้มโอเข้มข้น จัดจำหน่ายและทดลองให้ผู้บริโภคชิมในงาน 100 ปี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มีผู้สนใจในผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้นำผลิตภัณฑ์น้ำส้มโอไปนำเสนอต่อผู้ว่าราชการจังหวัดพิจิตร เพื่อดำเนินการขอทุนสนับสนุนด้านอาคารผลิตการช่องทางการจัดจำหน่าย



ผลลัพธ์ ผลกระทบ

1. ทางเศรษฐกิจ

1.1 เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ ด้านการลดการสูญเสียจากส้มโอตกเกรด และเพิ่มมูลค่าให้กับส้มโอ เป็นมูลค่าร้อยละ 50 ซึ่งส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจมีรายได้เพิ่มมากขึ้น และเป็นการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจด้วย ส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

2. ทางสังคมชุมชนเกิด

2.1 เกิดการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง และเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์แปรรูปเป็นของกลุ่มเองทำให้เกิดการจ้างอาชีพ

2.2 ผลผลิตที่ได้จากการถ่ายทอดเทคโนโลยีครั้งนี้พบความพร้อมจำหน่ายจริงทั้งในด้านกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งมีแบรนด์เป็นของกลุ่มเอง รวมถึงมีบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานพร้อมจำหน่าย

2.3 สามารถพึ่งพาตนเองได้โดยใช้ทรัพยากรในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างยั่งยืนชุมชนได้มีการนำวัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์เด่นของชุมชนมาเพิ่มมูลค่า

3. ด้านสิ่งแวดล้อม








3.1 เกิดการส่งเสริมการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ให้ขยายวงกว้างมากขึ้น ลดการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก เพื่อใช้เป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์น้ำส้มโอแปรรูป

3.2 ลดปริมาณของเสียที่เกิดจากส้มโอต้นตลาดและส้มโอตกเกรด

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน พร้อมแนวทางการแก้ไข

ปัญหาเกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID – 19) ทำให้การดำเนินงานล่าช้ากว่าแผนที่กำหนดไว้

ภาพรวมรูปแบบโมเดลธุรกิจของชุมชน (Business model canvas)

Key Partners  <ol style="list-style-type: none"> เกษตรกรในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ หน่วยงานรัฐร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝาก ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ หน่วยงานให้ทุน อาจารย์ที่ปรึกษาและนักวิจัย 	Key Activities  <ol style="list-style-type: none"> การพัฒนาสูตร เทคโนโลยีการฆ่าเชื้อแบบพาสเจอร์ไรซ์และการบรรจุร้อน การสร้างแบรนด์ 	Value Propositions  <ol style="list-style-type: none"> เครื่องดื่มน้ำส้มโอสดพันธุ์ทำชอยที่ผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อที่ได้มาตรฐานและมีรสชาติสม่ำเสมอ ส้มโอพันธุ์ทำชอยเป็นส้มโอที่รับรองเป็นสิ่งปั้งชีทางภูมิศาสตร์ (GI) ยับยั้งการเจริญของเซลล์มะเร็ง ต้านอนุมูลอิสระ มีวิตามินและแร่ธาตุหลายชนิด 	Customer Relationships  <ol style="list-style-type: none"> หน้าฟาร์ม Social media 	Customer Segments  <ol style="list-style-type: none"> กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ร้านค้าปลีกในชุมชน ร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้า Modern trade
Cost Structure  <ol style="list-style-type: none"> วัตถุดิบ ค่าบริหารจัดการ การผลิต การขายตลาด 		Revenue Streams  <ol style="list-style-type: none"> %เปอร์เซ็นต์จากยอดขาย %เปอร์เซ็นต์จากยอดขายปลีก 		


ภาคผนวก

กิจกรรมการสร้างผู้ประกอบการชุมชน

Local Startups

รายชื่อ 1

1) ข้อมูลผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ	
ชื่อผู้ประกอบการ 	ชื่อ : นายเอกลักษณ์ กษมากรณ์ วิสาหกิจชุมชนพัฒนาอาชีพบ้านมอญนครสวรรค์ ที่ตั้ง : 139/1 หมู่ 1 ต.บ้านแก่ง อ.เมือง จ.นครสวรรค์ เพจ : https://www.facebook.com/BanmonNakhonSawan
ข้อมูลธุรกิจ	ชื่อนิติบุคคล ภาษาไทย : - ชื่อนิติบุคคล ภาษาอังกฤษ : - ทะเบียนเลขที่ : - ก่อตั้งเมื่อ : - ทุนจดทะเบียน : - บาท จำนวนบุคลากรทั้งหมด - คน
ข้อมูลผู้ประสานงาน	ชื่อผู้ประสานงาน : นายเอกลักษณ์ กษมากรณ์ ตำแหน่ง : - โทรศัพท์ : - โทรศัพท์มือถือ : - อีเมล : - ประสบการณ์ทำงาน : กิจกรรมการสร้างผู้ประกอบการชุมชน

2) รูปแบบลักษณะของธุรกิจ

<p>ใส่ภาพผลิตภัณฑ์,กิจการ/บริการ</p> 	<p>ชุดสปาดินเผา CHIC MON</p> <p>ชุดผลิตภัณฑ์สปาจากเครื่องปั้นดินเผา ในแนวคิด บัว จากบึงบอระเพ็ด เชื่อมโยงกับธุรกิจสมุนไพร สปาและอโรมา ที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เป็นเทียนหอม กายาน และน้ำมันอโรมา กลิ่นบัว</p> <p>ผลิตภัณฑ์สามารถจัดวางรูปแบบ ได้ 3 รูปแบบ ใน 1 เซต ตาม ลักษณะการใช้งาน รายละเอียดส่วนต่าง ๆ ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) เต่า เป็นรูปลักษณะคล้ายทรงของโอ่งบ้านมอญ มีช่องเปิด ด้านหน้าสำหรับวางเทียน 2) ถ้วย สำหรับใส่น้ำมันหอมระเหย หรือ วางเทียน หรือกายาน รูปลักษณะทรงถ้วย ลายกลีบดอกบัว 3) จาน รูปกลีบบัวทรงเรียวยาว จำนวน 7 อัน สำหรับใส่เครื่องหอม ต่าง ๆ
--	---

3) อธิบายที่มาของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีจำนวนประชากร 953 คน แยกเป็น ชาย 473 คน หญิง 480 คน จำนวน 353 หลังคาเรือน สมาชิกกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา 122 คน ปริมาณการผลิต 60 โรงปั้น (รวมทั้งอุตสาหกรรมในครัวเรือนและระบบกึ่งอุตสาหกรรม) ผลิตและจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาทุกรูปแบบ เช่น กระถาง โอ่ง แจกัน อ่าง ตุ๊กตา ของที่ระลึก จัดจำหน่ายในพื้นที่ตั้ง กลุ่ม ณ พิพิธภัณฑสถานเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ และจัดส่งไปยังกลุ่มลูกค้าประจำที่อยู่ในจังหวัดต่าง ๆ รวมทั้ง ออกจำหน่ายในงานต่าง ๆ ในนามผลิตภัณฑ์โอท็อปจังหวัดนครสวรรค์ มีการบริหารจัดการด้วยระบบ เช่นเดียวกับสหกรณ์ที่มีการลงทุนและแบ่งปันผลกำไร รวมทั้งการคืนประโยชน์สู่ชุมชน ปัญหาที่พบร่วมกันของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา ได้แก่

- (1) ผลิตภัณฑ์มีความเสียหาย แตกร้าว การระเบิด และการชำรุดของเครื่องปั้น จากเม็ดกรวด หิน เปลือกหอย ในระหว่างขั้นตอนการตากและการเผา ซึ่งเป็นปัญหาหลักของชุมชน
- (2) ขาดแรงงานช่างปั้นงานเครื่องปั้นดินเผา เนื่องจากมีผู้สานต่อการทำเครื่องปั้นดินเผาน้อยลง
- (3) แหล่งดินธรรมชาติลดน้อยลง ต้องแสวงหาแหล่งดินใหม่ตลอดทุกปี และมีแนวโน้มที่แหล่งดินธรรมชาติจะหมดไป
- (4) ขาดองค์ความรู้ด้านธุรกิจในการบริหารจัดการ และขยายธุรกิจ

จากประเด็นปัญหา ดังกล่าว การเสริมศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จึงเป็นสิ่งสำคัญเร่งด่วน ที่จะช่วยสืบสานภูมิปัญญา และ ก่อให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจชุมชน โดยการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม จากงานวิจัยของ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ซึ่งมีพันธกิจในการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ในการแก้ปัญหาด้าน กระบวนการผลิต การลดต้นทุน ลดขั้นตอนการผลิต การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงต่อความต้องการ ของผู้บริโภค รวมทั้งการสร้างแบรนด์ให้จดจำ การสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม การตลาดทั้งตลาด Online และ Off line และการบริหารจัดการกลุ่มชุมชนสู่การพัฒนาเป็นธุรกิจชุมชนเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบล บ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

4) ตัวชี้วัดความสำเร็จจากโครงการ

4.1 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ

(1) เกิดการพัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเครื่องบดเม็ดดิน เพื่อช่วยลดขั้นตอน การเตรียมดินสำหรับปั้น ช่วยแก้ปัญหาการแตกร้าว การระเบิด และการชำรุดของเครื่องปั้น จากเม็ดกรวด หิน เปลือกหอย ในระหว่างขั้นตอนการตากและการเผา ซึ่งเป็นปัญหาหลักของชุมชน

(2) การต้นแบบแม่พิมพ์ที่ช่วยในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อช่วยควบคุมคุณภาพในการผลิต และช่วยแก้ปัญหาการขาดแรงงานช่างปั้นงานเครื่องปั้นดินเผาที่เป็นปัญหาในปัจจุบัน

(3) เกิดกระบวนการทดสอบคุณสมบัติของดิน เพื่อเพิ่มโอกาสในการค้นหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ ที่ใช้ในการ ขึ้นรูปผลิตภัณฑ์

(4) เกิดการลดการใช้วัตถุดิบหลักที่เป็นดินเหนียว โดยการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ใหม่ที่มีมูลค่าสูงขึ้น แต่มีการใช้ปริมาณดินที่น้อยกว่าเดิม โดยการลดขนาดของผลิตภัณฑ์ลงแต่เพิ่มมูลค่าได้ ทางการตลาด เพื่อลดอัตราการใช้ดิน ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของชุมชนในปัจจุบัน

4.2 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ

- | | |
|---|-------------------|
| (1) ต้นแบบเครื่องมือ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมเครื่องบดเม็ดดิน | จำนวน 1 ต้นแบบ |
| (2) ต้นแบบแม่พิมพ์ช่วยในการผลิตชิ้นงาน | จำนวน 1 ต้นแบบ |
| (3) วิธีการลดการใช้วัตถุดิบในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน | จำนวน 1 วิธี |
| (4) ผลิตภัณฑ์ใหม่ | จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ |

5) ข้อมูลของผลิตภัณฑ์หรือบริการ

5.1 ระดับของผลิตภัณฑ์หรือบริการก่อนเข้าร่วมโครงการ

- มีแนวคิดผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- อยู่ระหว่างการทดสอบผลิตภัณฑ์เบื้องต้น (MVP)
- อยู่ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
- มีผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว (Prototype)
- มีผลิตภัณฑ์แล้ว (Product)
- อื่น ๆ

5.2 ระดับของผลิตภัณฑ์หรือบริการหลังเข้าร่วมโครงการ

- มีแนวคิดผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- อยู่ระหว่างการทดสอบผลิตภัณฑ์เบื้องต้น (MVP)
- อยู่ระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
- มีผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว (Prototype)
- มีผลิตภัณฑ์แล้ว (Product)
- อื่น ๆ

5.3 คู่แข่งในตลาดในปัจจุบัน

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุดสปาจาก เซรามิก และเครื่องปั้นดินเผา

6) เป็นธุรกิจเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้าน

- ยานยนต์สมัยใหม่
- อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ
- การท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
- แปรรูปอาหาร
- หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม
- การแพทย์ครบวงจร
- ขนส่งและการบิน
- เชื้อเพลิงชีวภาพ และเคมีชีวภาพ
- ดิจิทัล
- อื่น ๆกลุ่มผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์.....

7) ทรัพย์สินทางปัญญา (ถ้ามี)

-

8) ผลการดำเนินงานกิจกรรม

สรุปผลในการดำเนินงาน	
การให้ความรู้และพัฒนาศักยภาพในการทำธุรกิจ	การให้ความรู้และการพัฒนาศักยภาพในการทำธุรกิจที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชนเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ และ สาขาวิชาการออกแบบสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
การกำหนดแนวคิดและวางแผนธุรกิจ	การกำหนดแนวคิดและการวางแผนธุรกิจ โดยการจัดประชุมกลุ่มเพื่อร่วมสร้างแนวคิดในการดำเนินธุรกิจชุมชน การร่วมวางแผนดำเนินการ และจัดทำแผนโมเดลธุรกิจ (BMC : Business Model Canvas) ที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชนเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ และ สาขาวิชาการออกแบบสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
การพัฒนาทางเทคโนโลยีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	การพัฒนาเทคโนโลยีโดยการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมจากงานวิจัย เรื่อง แนวทางการนำองค์ความรู้ด้านการออกแบบมาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่เชิงพาณิชย์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา บ้านมอญจังหวัดนครสวรรค์ แบบใช้ชุมชนเป็นฐานการเรียนรู้ ของ นัฐที่ธีรนนท์ รอดชื่น และ รพีพัฒน์ มั่นพรม (2561) และ งานวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากดินเผา กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ ของรพีพัฒน์ มั่นพรม (2553) สาขาวิชาการออกแบบสร้างสรรค์เชิงธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการเกษตรและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยมีการถ่ายทอดชุดองค์ความรู้ เทคโนโลยี หรือนวัตกรรม โดยวิทยากร

สรุปผลในการดำเนินงาน	
	<p>ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และวิทยากรที่มีองค์ความรู้ด้านการสร้างเครื่องปั้นดินเผา ซึ่งแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีโดยการใช้นวัตกรรมจากงานวิจัย</p> <p>(1) เครื่องมือ อุปกรณ์ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเครื่องปั้นดินเผา เพื่อช่วยลดขั้นตอนการเตรียมดินสำหรับปั้น ช่วยแก้ปัญหาการแตกร้าว การระเบิด และการชำรุดของเครื่องปั้น จากเม็ดกรวด หินเปลือกหอย ในระหว่างขั้นตอนการตากและการเผา ซึ่งเป็นปัญหาหลักของชุมชน</p> <p>(2) การสร้างแม่พิมพ์ช่วยในการผลิต เพื่อช่วยควบคุมคุณภาพในการผลิต และช่วยแก้ปัญหาการขาดแรงงานช่างปั้นงานเครื่องปั้นดินเผาที่เป็นปัญหาในปัจจุบัน</p> <p>(3) การทดสอบคุณสมบัติของดิน เพื่อเพิ่มโอกาสในการค้นหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ ที่ใช้ในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์</p> <p>(4) การลดการใช้วัตถุดิบหลักที่เป็นดินเหนียว โดยการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาใหม่ที่มีมูลค่าสูงขึ้น แต่มีการใช้ปริมาณดินที่น้อยกว่าเดิม โดยการลดขนาดของผลิตภัณฑ์ลงแต่เพิ่มมูลค่าได้ทางการตลาด เพื่อลดอัตราการใช้ดิน ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของชุมชนในปัจจุบัน</p>
<p>การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการต้นแบบ</p>	<p>สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ ชุดผลิตภัณฑ์ สปากจากเครื่องปั้นดินเผา เชื่อมโยงกับธุรกิจสมุนไพร สปากและอโรมา</p>

9) การต่อยอดภายหลังจากจบโครงการ

- ดำเนินธุรกิจด้วยเงินตัวเอง / หุ้นส่วน / ครอบครัว
- ได้รับเงินลงทุนจากการกู้ยืม
- ได้รับบสนับสนุนจากภาครัฐ
- ได้รับเงินทุนจาก VC / Angel
- เลิกทำธุรกิจ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ

10) ผลกระทบทางสังคม

ผลกระทบทางสังคม	
การนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนและสังคม	สร้างสรรค์ชุดผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค และช่วยแก้ปัญหาต้นทุนการผลิตในชุมชน
การนำไปแก้ปัญหาทางชุมชนและสังคม	(1) แก้ปัญหาลดการใช้แรงงานในการผลิตด้วยแม่พิมพ์ (2) แก้ปัญหาลดปริมาณการใช้ดิน โดยเปลี่ยนเป็นการทำผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ลดปริมาณการใช้ดินซึ่งเป็นทรัพยากร และเป็นวัตถุดิบหลักในการดำเนินธุรกิจ
ประโยชน์ต่อผู้สูงอายุ/ผู้พิการ	สร้างอาชีพการทำเครื่องหอมให้กับผู้สูงอายุในชุมชน สำหรับการจำหน่ายควบคู่กับผลิตภัณฑ์สปาดีนเผา

11) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน พร้อมแนวทางการแก้ไข

ปัญหาเกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID – 19) ทำให้การดำเนินงานล่าช้ากว่าแผนที่กำหนดไว้