



## รายงานฉบับสมบูรณ์

กิจกรรมส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

แพลตฟอร์ม เพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE)

ชื่อโครงการ การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนารูปอาชีพอาชีพมาตรฐาน  
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง ปีที่ 2

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยาภรณ์ เชื้อมชัยตระกูล

หัวหน้าโครงการ

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

เสนอต่อ

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 ข้อมูลการขอปรับแผนการดำเนินงาน (ขอขยายเวลา) จากข้อเสนอโครงการที่ได้รับอนุมัติ	8
บทที่ 3 ผลการดำเนินงาน	10
บทที่ 4 สรุปผลการดำเนินงาน	27
บทที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	30
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ	32
ภาคผนวก ข การประชาสัมพันธ์ดำเนินโครงการ	35

## คำนำ

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อสรุปผลการดำเนินงานของโครงการ “การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและ  
พัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง ปีที่ 2” ซึ่งเป็นโครงการ  
ต่อเนื่องจากปีที่ 1 ภายใต้แนวคิดการพัฒนาแบบก้าวหน้าโดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) เป็น  
เครื่องมือในการยกระดับเกษตรกรให้สามารถผลิตชาอัสสัมคุณภาพและพัฒนาต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง

ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน โครงการได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ  
นักวิชาการ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่หาง ทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้  
รายงานนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อส่งมอบผลการดำเนินงานแก่แหล่งทุน และเพื่อเป็นข้อมูลอ้างอิงในการพัฒนาโครงการใน  
ระยะต่อไป

คณะผู้จัดทำ

## บทสรุปผู้บริหาร

โครงการ “การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนารูปชาอัสสัมสู่มาตรฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง ปีที่ 2” เป็นการดำเนินงานต่อเนื่องจากปีที่ 1 ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาสำคัญในการวางรากฐาน ด้านมาตรฐานคุณภาพและระบบการจัดการแปลงชาอย่างมีแบบแผน โดยในปีแรก ชุมชนได้รับการสนับสนุนให้ จัดการสวนชาและกระบวนการผลิตตามหลักเกณฑ์ที่ดี (GAP) จนสามารถยกระดับเกษตรกรให้ผ่านการรับรอง มาตรฐาน GAP จำนวน 9 ราย นับเป็นความสำเร็จที่ช่วยยืนยันถึงศักยภาพด้านคุณภาพวัตถุดิบของพื้นที่ นอกจากนี้ ผลผลิตชาอัสสัมของกลุ่มยังได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งเป็นหลักฐาน สำคัญที่สะท้อนถึงมาตรฐานความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และความพร้อมสำหรับการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ในปีที่ 1 ชุมชนยังได้รับการเสริมสร้างทักษะพื้นฐานด้านการจัดการแปลงชา การควบคุมคุณภาพวัตถุดิบ การออกแบบผลิตภัณฑ์ในระดับเบื้องต้น รวมถึงการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดและการวางแผนจำหน่าย ซึ่ง ทั้งหมดนี้เป็น “ทุนความรู้” ที่ช่วยยกระดับศักยภาพของชุมชนและเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการเข้าสู่ กระบวนการพัฒนาธุรกิจในระยะต่อไป เมื่อชุมชนมีความพร้อมด้านมาตรฐานแล้ว การดำเนินงานในปีที่ 2 จึงมุ่งเน้น การใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ชาอัสสัม โดยพัฒนาศักยภาพในการ แปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เช่น ชาพร้อมดื่ม และครีมทาผิวที่มีส่วนผสมของสารสกัดชา ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการ ของตลาดสุขภาพและตลาดพรีเมียมที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง

โครงการยังได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงการตลาดที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ภายใต้ แบรินด์ “Assam Tea of Mae Hang” เพื่อสร้างความแตกต่างและคุณค่าเชิงภาพลักษณ์ พร้อมทั้งจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ ตลอดจนการเสริมสร้างทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเสริมความสามารถในการ ดำเนินกิจการอย่างยั่งยืน

ผลจากการดำเนินงานในปีที่ 2 ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์จริง การเพิ่ม รายได้ให้แก่ชุมชนผ่านกิจกรรมตลาดทดลองขาย และการขยายฐานผู้บริโภคทั้งในพื้นที่และผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่ง สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของชุมชนในการต่อยอดนวัตกรรมสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

โดยสรุป โครงการปีที่ 2 สามารถขับเคลื่อนชุมชนจาก “ผู้ผลิตวัตถุดิบชา” สู่การเป็น “ผู้ประกอบการ ชุมชน” ที่มีทั้งมาตรฐาน คุณภาพ และทักษะด้านธุรกิจตามแนวคิด BCE: Building Community Enterprise ของ สป.อว. ได้อย่างเป็นรูปธรรม นับเป็นก้าวสำคัญในการวางรากฐานเศรษฐกิจชุมชนที่มั่นคงและยั่งยืนให้กับบ้านแม่ หางในระยะยาว

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมา

ชุมชนบ้านแม่หาง อำเภอยางป่าเป้า จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านการปลูกชาอัสสัมมาอย่างยาวนาน มีพื้นที่ปลูกกว่า 943 ไร่ และเป็นหนึ่งในแหล่งผลิตใบชาคุณภาพของจังหวัด อย่างไรก็ตาม แม้จะมีวัตถุดิบที่มีศักยภาพสูง แต่รูปแบบการผลิตและการจัดการแปลงชาของชุมชนยังคงอาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิมเป็นหลัก ขาดระบบมาตรฐานที่ชัดเจน ขาดเทคโนโลยีการจัดการวัตถุดิบ และยังไม่มียุทธศาสตร์การแปรรูปที่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้ไม่สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือแข่งขันในตลาดยุคใหม่ได้ แม้จะมีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติอยู่แล้วก็ตาม

เพื่อยกระดับศักยภาพของชุมชนและวางรากฐานอย่างเป็นระบบ โครงการ “การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง” ปีที่ 1 (พ.ศ. 2567) จึงได้เริ่มดำเนินการ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนา “มาตรฐานการผลิต” และ “องค์ความรู้ด้านการจัดการแปลงชาและการแปรรูป” ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญก่อนเข้าสู่การพัฒนาเชิงธุรกิจ ผลการดำเนินงานในปีแรกประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งด้านการจัดการแปลง การเสริมสร้างทักษะด้านวิทยาศาสตร์การเกษตร และการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่จำเป็นต่อการผลิตชาอย่างถูกต้อง เกษตรกรได้รับการฝึกอบรมด้านการดูแลต้นชา การป้องกันโรคและแมลง การจัดการดิน-น้ำ และการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม ส่งผลให้คุณภาพใบชามีความสม่ำเสมอสูงขึ้น จากกระบวนการดังกล่าว เกษตรกรจำนวน 9 รายได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices) ซึ่งเป็นก้าวสำคัญในการยกระดับคุณภาพผลผลิตของชุมชนให้เทียบเท่าเกณฑ์มาตรฐานระดับสากล

ในด้านการแปรรูป ปีที่ 1 มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตชาดำอย่างถูกหลักวิชาการ ทั้งด้านการควบคุมความชื้น อุณหภูมิ และเวลาในแต่ละขั้นตอน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ “ชาดำอัสสัม” ของชุมชนได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นครั้งแรก ซึ่งสะท้อนถึงความปลอดภัย คุณภาพ และศักยภาพในการเข้าสู่ตลาดโดยตรง นอกจากนี้ ชุมชนยังได้รับการพัฒนาความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การคิดต้นทุน การตั้งราคา การออกแบบฉลาก และการวางแผนการตลาดเบื้องต้น ทำให้เริ่มมีความเข้าใจเรื่องระบบธุรกิจและห่วงโซ่มูลค่ามากขึ้น

แม้ปีที่ 1 จะประสบความสำเร็จในการสร้างรากฐาน แต่ยังไม่เพียงพอสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ในระยะยาว ชุมชนยังต้องการการต่อยอดทั้งด้านเทคโนโลยีการแปรรูป การสร้างผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า การสร้างแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับตลาดยุคใหม่ รวมถึงการขยายช่องทางจำหน่ายและพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจอย่างครบวงจร เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดที่มีความหลากหลายและมีมาตรฐานสูงขึ้นได้

ดังนั้น โครงการในปีที่ 2 จึงมีความจำเป็นในการต่อยอดผลลัพธ์จากปีแรก มุ่งพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ จากชาอัสสัม ยกระดับภาพลักษณ์สินค้า เพิ่มช่องทางการขาย และสร้างระบบธุรกิจชุมชนที่ยั่งยืน เพื่อให้บ้านแม่ หางสามารถพัฒนาไปสู่ “ผู้ประกอบการนวัตกรรมชา” ที่มีศักยภาพในการแข่งขันอย่างแท้จริง

## 1.2 การพัฒนาจากปีที่ 1 สู่อีกปี 2

จากผลสำเร็จในปีที่ 1 ซึ่งเป็นการวางรากฐานด้านมาตรฐานการผลิต คุณภาพวัตถุดิบ และการพัฒนาทักษะ เบื้องต้นของเกษตรกร ทำให้ชุมชนบ้านแม่หางมีความพร้อมมากขึ้นในการยกระดับสู่การพัฒนาเชิงธุรกิจ ปีที่ 1 ได้ ทำให้ชุมชนมีความพร้อมเชิงสถาบัน (Institutional Readiness) ทั้งในด้านความรู้ เทคโนโลยีการผลิต และ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น เกษตรกร 9 รายผ่าน GAP และผลิตภัณฑ์ชาดำได้รับ อย. ซึ่งเป็นสัญญาณสำคัญว่าชุมชน มีพื้นฐานที่ดีต่อการก้าวสู่การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชาอัสสัม

อย่างไรก็ตาม ปีที่ 1 ยังเน้นเพียง “การสร้างฐานคุณภาพ” ซึ่งยังไม่ครบถ้วนสำหรับการแข่งขันในตลาด ผู้ประกอบการชุมชนยังขาดองค์ประกอบที่จำเป็นในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ การเพิ่มมูลค่าผ่านนวัตกรรม การสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ช่องทางจำหน่าย ออนไลน์ และทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจ

ปีที่ 2 จึงได้รับการออกแบบให้ต่อยอดจากปีแรก โดยนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้เพิ่มศักยภาพ ชุมชนใน 5 มิติหลัก ดังนี้

### 1) การสร้างผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า (Value-added Product Development)

ชุมชนเริ่มต้นจากการขายใบชาแห้งเป็นวัตถุดิบ ปีที่ 2 จึงพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ ได้แก่

- ชาพร้อมดื่ม (Ready-to-Drink Tea)
- ครีมเทียมที่มีส่วนผสมของสารสกัดชา

นวัตกรรมดังกล่าวช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้ามากกว่า 3-10 เท่า และขยายกลุ่มผู้บริโภคจากตลาดชาแบบดั้งเดิม ไปยังตลาดสุขภาพและความงาม

### 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์เชิงการตลาด (Market-driven Packaging Design)

ปีที่ 2 เน้นการสร้างภาพลักษณ์สินค้าให้ชัดเจนและแข่งขันได้ โดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang” ใช้หลักการเลือกวัสดุ การออกแบบฉลาก และการวิเคราะห์ตลาด เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ สะท้อนตัวตนของชุมชนและมีความดึงดูดทางการตลาด

### 3) การสร้างช่องทางจำหน่ายออนไลน์และการสื่อสารการตลาด (Digital Commerce Development)

เพื่อลดข้อจำกัดการขายเฉพาะในพื้นที่ ปีที่ 2 ได้สร้างช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook Page และการถ่ายภาพสินค้าแบบมืออาชีพ พร้อมการผลิตคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงผู้บริโภคกว้างและเพิ่มยอดขายผ่านตลาดออนไลน์

#### 4) การพัฒนาแบรนด์ชุมชน (Brand Identity Development)

มีการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ที่ชัดเจน พัฒนาชื่อแบรนด์ โลโก้ และเรื่องราว (Storytelling) ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าชุมชนมีความโดดเด่นและสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้บริโภค

#### 5) การพัฒนาโมเดลธุรกิจชุมชนตามแนวคิด BCE (Building Community Enterprise)

ปีที่ 2 เน้นการยกระดับให้ชุมชนเป็นผู้ประกอบการ โดยอบรมด้านการคำนวณต้นทุน การตั้งราคา การจัดการสต็อก การวางแผนตลาด และการสร้างเครือข่ายธุรกิจ ช่วยเปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิตใบชา มาเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน

การดำเนินงานในปีที่ 1 ได้วางรากฐานด้านมาตรฐานการผลิต คุณภาพวัตถุดิบ และองค์ความรู้ด้านการแปรรูปให้กับชุมชนบ้านแม่หางอย่างเป็นระบบ ทำให้เกษตรกรมีศักยภาพสูงขึ้นและสามารถผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐาน เช่น ชาดำอัสสัมที่ได้รับ ออย. ปีที่ 2 จึงมุ่งต่อยอดผลลัพธ์ดังกล่าวด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการขยายตลาดออนไลน์ โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นเครื่องมือหลัก กระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนี้ช่วยยกระดับชุมชนจากผู้ผลิตใบชา สู่ผู้ประกอบการนวัตกรรมชาที่มีความสามารถในการแข่งขันในเชิงพาณิชย์ และสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่ในระยะยาวได้อย่างแท้จริง

### 1.3 ข้อมูลวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่นำไปใช้แก้ปัญหา

การดำเนินโครงการได้มุ่งใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) เป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างของชุมชนบ้านแม่หาง ซึ่งประกอบด้วยปัญหาคุณภาพวัตถุดิบที่ไม่สม่ำเสมอ การขาดมาตรฐานการผลิต การแปรรูปที่ยังไม่ถูกหลักวิชาการ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน และการตลาดที่ไม่ทันสมัย วทน. จึงถูกนำมาใช้เพื่อ “ยกระดับคุณภาพ-สร้างมูลค่าเพิ่ม-และเพิ่มขีดความสามารถเชิงธุรกิจ” อย่างเป็นระบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประเด็นปัญหา	วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ นวัตกรรมที่นำมาใช้แก้ปัญหา	ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
1. การจัดการแปลงชาไม่ถูกต้องและคุณภาพใบชาไม่สม่ำเสมอ	- หลักการจัดการแปลงชา (Pruning, Soil & Water Management) - ระบบ IPM ควบคุมโรค-แมลง	- เกษตรกร 9 รายผ่านมาตรฐาน GAP - คุณภาพใบชาดีขึ้น ลดการปนเปื้อนและการสูญเสีย - ได้มาตรฐานวัตถุดิบรองรับการแปรรูป

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการการใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐาน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง ประจำปีงบประมาณ 2568

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หลักวิทยาศาสตร์การเกษตรในการเก็บเกี่ยวช่วงที่เหมาะสม</li> </ul>	
2. กระบวนการแปรรูปยังเป็นภูมิปัญญา ไม่มีการควบคุมคุณภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เทคโนโลยีการผลิตชาตามมาตรฐาน (Withering, Rolling, Fermentation, Drying)</li> <li>- การควบคุมอุณหภูมิ-ความชื้น</li> <li>- หลักวิทยาศาสตร์อาหารในการควบคุมคุณภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้ผลิตภัณฑ์ ชาดำอัสสัมผ่าน อย.</li> <li>- ลดความแปรปรวนการผลิต</li> <li>- ชุมชนสามารถทำซ้ำกระบวนการได้อย่างถูกต้อง</li> </ul>
3. ขาดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมมูลค่าน้อย ขายใบชาเป็นหลัก	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การพัฒนาสูตร ชาพร้อมดื่ม (RTD Tea)</li> <li>- การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เช่น ครีมบำรุงมือที่มีส่วนผสมของสารสกัดชา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เกิดผลิตภัณฑ์ต้นแบบใหม่ 2 ประเภท: ชาพร้อมดื่ม และครีมบำรุงมือที่มีส่วนผสมของสารสกัดชา</li> <li>- เพิ่มมูลค่าจากวัตถุดิบสู่ผลิตภัณฑ์พรีเมียม</li> </ul>
4. บรรจุภัณฑ์และภาพลักษณ์สินค้าไม่ดึงดูดตลาด	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เทคโนโลยีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design)</li> <li>- การสร้างแบรนด์ (Brand Identity)</li> <li>- การออกแบบฉลากตามกฎหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้บรรจุภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang”</li> <li>- สินค้ามีภาพลักษณ์ทันสมัย แข่งขันได้มากขึ้น</li> </ul>
5. ช่องทางตลาดจำกัด การขายยังอยู่ในวงแคบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การใช้สื่อดิจิทัล (Digital Marketing)</li> <li>- การสร้างช่องทางจำหน่ายออนไลน์ (FB Page, Marketplace)</li> <li>- การทำคอนเทนต์ประชาสัมพันธ์</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เปิดช่องทางจำหน่ายออนไลน์ใหม่</li> <li>- ฐานผู้บริโภคขยายตัว</li> <li>- ยอดจำหน่ายเพิ่มจากกิจกรรมทดลองตลาด</li> </ul>
6. ชุมชนยังขาดทักษะการบริหารจัดการธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การอบรมทักษะบัญชีต้นทุน</li> <li>- การตั้งราคาอย่างถูกต้องตามหลักเศรษฐศาสตร์</li> <li>- การจัดการคุณภาพและการผลิตซ้ำ (Quality Control)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มวิสาหกิจมีศักยภาพด้านการบริหารมากขึ้น</li> <li>- สามารถคำนวณต้นทุน-ตั้งราคาจำหน่ายได้จริง</li> <li>- พร้อมพัฒนาสู่ผู้ประกอบการชุมชน</li> </ul>

#### 1.4 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปชาอัสสัมให้ชุมชน
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีคุณภาพและมีตลาดรองรับ
3. เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการและดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
4. เพื่อสร้างรายได้และความยั่งยืนให้กับชุมชน

#### 1.5 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง เลขที่ 41 หมู่ที่ 7 ถนน ตำบลป่าจ้าว อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัด เชียงราย

รหัสทะเบียน 6-57-11-04/1-0043

พิกัดละติจูด 19.215286 ลองติจูด 99.335878

ชื่อผู้ประสานงาน นายชัยวัฒน์ จันศิริ เบอร์โทร 0638365839

#### 1.6. ระยะเวลาดำเนินการ

ปีงบประมาณ 2568

#### 1.7 แผนการดำเนินงานโครงการ

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ กิจกรรม	พ.ศ. 2567			พ.ศ. 2568							ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการ ดำเนินงาน		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.				ส.ค.	ก.ย.
1. ประชุมวางแผนการ ดำเนินโครงการกับผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้อง													2,720	มหาวิทยาลัย แม่ฟ้าหลวง	ออนไลน์
2. เทคโนโลยีการแปรรูป ชาอัสสัมในรูปแบบอาหาร - การแปรรูปเครื่องดื่มชา พร้อมดื่ม													49,000	-มหาวิทยาลัย แม่ฟ้าหลวง -ศูนย์ส่งเสริม และพัฒนา อาชีพ การเกษตร จังหวัด เชียงราย (เกษตรที่สูง)	ลงพื้นที่ให้ ความรู้ทั้ง อบรมและฝึก ปฏิบัติ

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการการใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนากาแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐาน ของกลุ่ม  
วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง ประจำปีงบประมาณ 2568



เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ กิจกรรม	พ.ศ. 2567			พ.ศ. 2568									ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการ ดำเนินงาน		
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.					
เช่น ออกบูธประชาสัมพันธ์ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ																	
7. การติดตาม ประเมินผล													7,000	มหาวิทยาลัย แม่ฟ้าหลวง			
<b>สรุปงบประมาณ</b>													<b>112,842</b>	<b>52,638</b>	<b>165,480</b>		

### 13. ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ:

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ค่าเป้าหมายในแต่ละปี		
		ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	31	31	31
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด	เรื่อง	5	5	5
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	5	5	5
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	80	80	80
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	31	31	31

### 14. หน่วยงานสนับสนุน :

ชื่อหน่วยงานสนับสนุน	รูปแบบการสนับสนุน
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง	วิทยากร
ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดเชียงราย (เกษตรที่สูง)	วิทยากร
สำนักงานเกษตรอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย	วิทยากร, การติดต่อประสานงานร่วมกับ ชุมชน

## บทที่ 2

### ข้อมูลการขอปรับแผนการดำเนินงาน (ขยายเวลา)

เนื่องจากการดำเนินโครงการบางกิจกรรมต้องใช้เวลาเตรียมความพร้อมของชุมชน เช่น การวางแผนผลิตภัณฑ์ การจัดซื้อวัตถุดิบ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ซึ่งต้องหารือร่วมกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงจำเป็นต้องขอขยายระยะเวลาดำเนินงานจากแผนเดิม เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีคุณภาพและได้ผลลัพธ์ที่สมบูรณ์ที่สุด

การขอปรับแผนดังกล่าวไม่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างการใช้งบประมาณและยังคงอยู่ในกรอบแผนงานของ สป.อว.

#### 2.1 แผนปฏิบัติงาน (ที่ระบุไว้ในข้อเสนอโครงการ)

กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (ระบุแต่ละกิจกรรม เช่น 1 มค. – 30 กย.)	สถานะการดำเนินงาน ในแต่ละกิจกรรม		งบประมาณที่ใช้ จ่ายไปแล้ว (บาท)
		เสร็จแล้ว	ขอขยาย เวลา	
1. ประชุมวางแผนการดำเนินโครงการกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง	8 กรกฎาคม 2568	/		ไม่ใช้งบประมาณ
2. เทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร	26 สิงหาคม 2568	/		49,000
3. เทคโนโลยีการแปรรูปชาอัสสัมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย	23 กันยายน 2568	/		73,260
4. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการวางแผนด้านการตลาด	15 กันยายน 2568	/		12,500
5. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์คู่มือการเรียนรู้ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน	15 กันยายน 2568	/		5,000
6. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น ออกบูธประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ			/	
7. การติดตาม ประเมินผล			/	
แผนเงิน : ตามไตรมาส				

รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการการใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐาน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง ประจำปีงบประมาณ 2568

## 2.1 กิจกรรมที่ขอปรับ/ขอขยายเวลา (ยกมาจาก ข้อ 2.1)

กิจกรรมที่ขอปรับ/ ขอขยายเวลา	ระยะเวลาที่ขอปรับ/ ขอขยายเวลา (โปรดระบุ เช่น 1 ตค. - 31 ธค.)	เหตุผลความจำเป็นที่ต้องปรับแผน (ระบุทุกกิจกรรมที่ขอปรับแผน)	งบประมาณที่คาดว่าจะ ใช้จ่าย (บาท)
1. การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ เช่น ออกบูธประชาสัมพันธ์ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ	เดือนตุลาคม	ผู้เข้าร่วมโครงการมีแผนที่จะนำ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากโครงการ เช่น ผลิตภัณฑ์ชา Sparkling Tea และ ผลิตภัณฑ์ โลชั่นทาผิวผสมสารสกัด ชาอนุภาคนาโน ประชาสัมพันธ์ในงาน 1. งาน Fi Asia Thailand 2025 วันที่ 17 - 19 กันยายน 2568 จัดโดย Informa Markets 2. งาน World O-CHA (Tea) Festival 2025 วันที่ 23 -26 ตุลาคม 2568 จัดโดย Workd Green Tea Association, ประเทศญี่ปุ่น	16,000
2. การติดตาม ประเมินผล	เดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม	เพื่อให้สามารถสะท้อนผลสำเร็จของ การขยายกิจกรรมการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ได้ครบถ้วน และนำ ข้อมูลมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ประกอบการสรุปผลการ ดำเนินงานโครงการอย่างสมบูรณ์	7,000

## 2.3 . ปัญหา/อุปสรรคที่พบ พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไข

กำหนดเวลาสิ้นสุดโครงการ (กันยายน) ไม่สอดคล้องกับช่วงการจัดกิจกรรม/นิทรรศการสำคัญของหน่วยงาน  
ภาครัฐและภาคีเครือข่าย ดังนั้นการขยายระยะเวลาสิ้นสุดโครงการไปถึงเดือนธันวาคม เพื่อให้สามารถเข้าร่วมงาน  
สำคัญและเพิ่มโอกาสในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

### บทที่ 3

#### ผลการดำเนินงานโครงการ

ผลการดำเนินงานของโครงการในปีที่ 2 ซึ่งเป็นการต่อยอดจากรากฐานที่ได้พัฒนาขึ้นในปีที่ 1 โดยครอบคลุมทั้งผลสำเร็จที่ได้รับจากปีแรก และความก้าวหน้าที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมในปีที่ 2 ผ่านการบูรณาการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชาอัสสัมของชุมชนบ้านแม่หางอย่างเป็นระบบ

#### 3.1 ผลการดำเนินงานที่ต่อยอดจากปีที่ 1

การดำเนินงานในปีที่ 1 ได้สร้างความพร้อมให้แก่ชุมชนทั้งด้านมาตรฐาน วัตถุดิบ และองค์ความรู้ ส่งผลให้ปีที่ 2 สามารถพัฒนาต่อยอดได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ดังนี้

##### 3.1.1 ผลสำเร็จปีที่ 1 ที่เป็นพื้นฐานสำคัญ

##### 1. ยกระดับมาตรฐานเกษตรกรด้วย GAP จำนวน 9 ราย

ช่วยให้ใบชาที่ผลิตมีคุณภาพสูงขึ้นและมีความสม่ำเสมอ เหมาะสำหรับกระบวนการแปรรูปในระดับอุตสาหกรรม ลดความเสี่ยงการปนเปื้อน และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

##### 2. ผลิตภัณฑ์ชาอัสสัมได้รับการรับรอง ออ.

ส่งผลให้ชุมชนมีสินค้า “ต้นแบบมาตรฐาน” ซึ่งสามารถนำไปจำหน่ายได้จริง และใช้เป็นฐานสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องในปีที่ 2 เช่น ชาพร้อมดื่ม หรือผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

##### 3. ยกระดับองค์ความรู้ด้านการจัดการแปลงชาและคุณภาพวัตถุดิบ

เกษตรกรมีความรู้เพิ่มขึ้นด้านการตัดแต่งกิ่ง, การควบคุมโรค-แมลงแบบ IPM, การจัดการดิน-น้ำ ทำให้คุณภาพใบชาดีขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

##### 4. เริ่มต้นออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ พร้อมแนวคิดเชิงการตลาด

ชุมชนเข้าใจความสำคัญของภาพลักษณ์สินค้า การตั้งราคาต้นทุน และการสร้างเรื่องราวของแบรนด์ (Brand Story)

##### 5. เกิดความพร้อมเชิงมาตรฐาน (Standard Readiness)

ชุมชนมีพื้นฐานที่แข็งแรงเพียงพอสำหรับพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และโมเดลธุรกิจในปีที่ 2

ผลสำเร็จทั้งหมดนี้เป็น “ฐานความพร้อม” ทำให้ปีที่ 2 สามารถขับเคลื่อนกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรมที่มีมูลค่าสูงได้จริง

### 3.2 ผลการดำเนินงานปีที่ 2 ตามกิจกรรม

#### กิจกรรมที่ 1: การประชุมวางแผนและกำหนดทิศทาง การพัฒนาร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

##### วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อรวบรวมข้อมูล ความต้องการ และศักยภาพของชุมชนบ้านแม่หาง
- 2) เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างทีมวิจัย ชุมชน และหน่วยงานสนับสนุน
- 3) เพื่อกำหนดผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชนและความต้องการของตลาด
- 4) เพื่อวางแผนการดำเนินโครงการปีที่ 2 ให้เป็นระบบและมีทิศทางชัดเจน
- 5) เพื่อกำหนดเป้าหมายผลิตภัณฑ์และผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากโครงการ
- 6) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม (Participatory Engagement) และความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการของชุมชน
- 7) เพื่อเตรียมความพร้อมด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ร่วมกันในระดับชุมชน

##### ผลการดำเนินกิจกรรม

- 1) การจัดประชุมร่วมกับเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานสนับสนุน

การประชุมจัดขึ้นเพื่อรวบรวมความคิดเห็นและข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกชา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรอินทรีย์บ้านแม่หาง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานพัฒนาชุมชน และหน่วยงานด้านสาธารณสุข

หัวข้อที่หารือประกอบด้วย:

- ศักยภาพด้านวัตถุดิบชาอัสสัมในพื้นที่
- จุดแข็ง-จุดอ่อนของการผลิตและแปรรูปในปัจจุบัน
- บทเรียนและความสำเร็จจากปีที่ 1
- ความต้องการของชุมชนในด้านผลิตภัณฑ์นวัตกรรม
- ความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับตลาด

การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทำให้ทีมวิจัยเข้าใจสภาพจริงของชุมชน และชุมชนเองได้เห็นแนวทางการต่อยอดจากผลงานปีแรกอย่างเป็นระบบ

- 2) การกำหนดแผนผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน

จากข้อมูลที่ได้ในการประชุมร่วมกัน ทีมวิจัยจึงวิเคราะห์ร่วมกับชุมชนถึง “ผลิตภัณฑ์ที่ทำได้จริง” และ “ผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสทางการตลาดสูง”

จึงได้ข้อสรุปให้มุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 กลุ่ม ได้แก่

1. **เครื่องดื่มชาพร้อมดื่มอัดก๊าซ (Sparkling Tea)** เนื่องจากวัตถุดิบมีคุณภาพดีและตลาดเครื่องดื่มสุขภาพกำลังเติบโต
2. **ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากสารสกัดชา (Tea Extract Lotion)** เนื่องจากสารสกัดชาอัสสัมมีศักยภาพด้านแอนติออกซิแดนส์สูง

ระหว่างการกำหนดแผน มีการพิจารณาปัจจัย เช่น ความพร้อมของวัตถุดิบ ความรู้พื้นฐานของชุมชน ความต้องการของตลาด และต้นทุนการผลิต

**ผลลัพธ์คือ** ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการอย่างแท้จริง

### 3) การสรุปเป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางตลาด

หลังวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ทีมวิจัยและชุมชนได้ร่วมกันกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ชัดเจน ได้แก่

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ Sparkling Tea 2 สูตร (ดำ-เขียว)
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์โลชั่นสารถัดซาวอย่างน้อย 1 สูตร
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang”
- การสร้างช่องทางตลาดออนไลน์ (Facebook Page และช่องทางขายหน้าร้าน)
- การเตรียมผลิตภัณฑ์เข้าสู่กระบวนการจัดแจ้ง อย.

การกำหนดเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรมช่วยให้โครงการปีที่ 2 มีทิศทางชัดเจน สามารถบริหารเวลาและทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ผลลัพธ์ของกิจกรรม

จากการประชุมวางแผนร่วมกัน ทำให้ได้ **Roadmap การพัฒนาผลิตภัณฑ์ปีที่ 2** ที่เป็นระบบ ครอบคลุมทั้งด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม มาตรฐานการผลิต และการตลาด

Roadmap นี้เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ชุมชนและทีมวิจัยสามารถดำเนินงานตามแผนได้อย่างมีทิศทาง ลดความซ้ำซ้อน และเชื่อมต่อผลลัพธ์ของปีที่ 1 สู่การพัฒนาเชิงลึกในปีที่ 2 ได้อย่างราบรื่น

#### วางแผนร่วมกัน

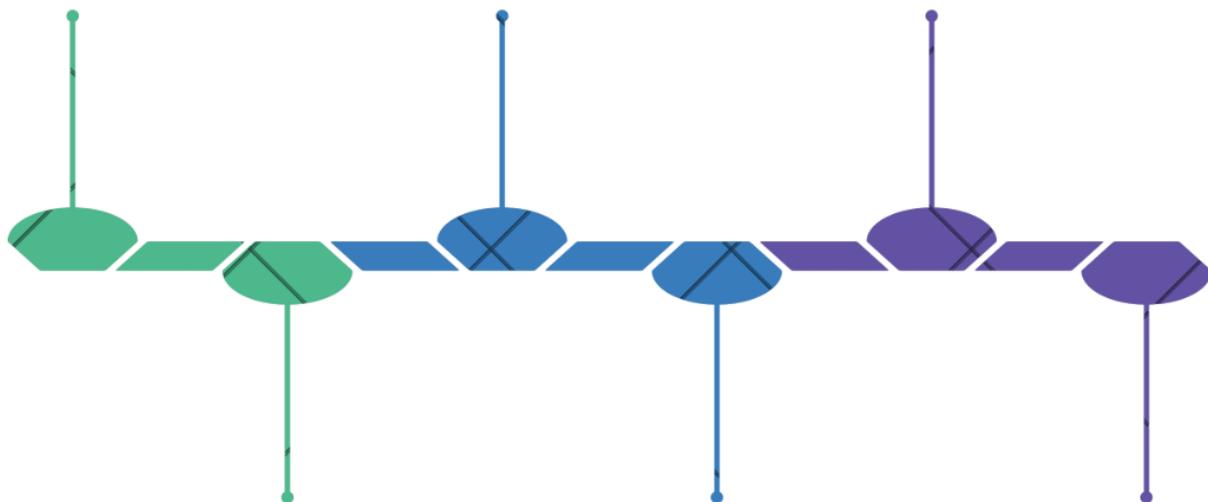
- ประชุมร่วมเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจ และหน่วยงานท้องถิ่น
- วิเคราะห์ศักยภาพ, ปัญหา, และความต้องการของชุมชน
- สรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกำหนดทิศทางโครงการ

#### พัฒนาต้นแบบ

- ทดลองสูตร Sparkling Tea หลายสูตร
- พัฒนาโลชั่นสารถัดซาวให้มีเนื้อสัมผัสเหมาะสม
- ทดสอบความคงตัว, รสชาติ, สี, กลิ่น และความปลอดภัย

#### ทดลองตลาด & ช่องทางขาย

- ทดลองขายสินค้าในตลาดท้องถิ่นและงานจังหวัด
- เปิดเพจออนไลน์ และจัดทำเนื้อหาประชาสัมพันธ์
- เก็บข้อมูลความพึงพอใจเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์



#### ถ่ายทอดเทคโนโลยี

- สอนการสกัดใบชาและควบคุมรสชาติ
- ถ่ายทอดเทคโนโลยีสารถัดซาวเพื่อนำไปพัฒนาโลชั่น
- อบรมด้านคุณภาพ, ความปลอดภัย, กฎหมาย อย.

#### ออกแบบบรรจุภัณฑ์ & มาตรฐาน

- ออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์แบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang”
- ตรวจสอบส่วนผสมและเอกสารตามข้อกำหนด อย.
- ยื่นจัดแจ้ง Sparkling Tea และโลชั่น

#### สรุปผล & ขยายผลชุมชน

- สรุปต้นทุน-กำไร-ศักยภาพเชิงพาณิชย์
- จัดทำคู่มือการผลิต Sparkling Tea และโลชั่น
- เตรียมความพร้อมชุมชนสู่ผู้ประกอบการนวัตกรรมชา



ภาพที่ 1 ประชุมวางแผนการดำเนินโครงการกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

## กิจกรรมที่ 2: ถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาอัสสัมแบบนวัตกรรม

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการแปรรูปใบชาอัสสัมให้แก่ชุมชน
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงจากใบชาอัสสัมของชุมชน
3. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้สามารถพัฒนาสูตรผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง
4. เพื่อให้ชุมชนสามารถปฏิบัติการผลิตในระดับต้นแบบ (Pilot Scale) ได้จริง
5. เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ผ่านมาตรฐานความปลอดภัยและกฎหมายอาหารของ ออย.
6. เพื่อสร้างความตระหนักถึงโอกาสทางเศรษฐกิจจากการพัฒนานวัตกรรมชาอัสสัม
7. เพื่อวางรากฐานให้ชุมชนก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมชาอัสสัมอย่างยั่งยืน

กิจกรรมนี้มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดยุคปัจจุบัน โดยนำวัตถุดิบชาอัสสัมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนมาเพิ่มมูลค่าผ่านกระบวนการแปรรูปเชิงนวัตกรรม หนึ่งในผลิตภัณฑ์สำคัญที่ได้รับการพัฒนาคือ เครื่องดื่มชาอัดก๊าซพร้อมดื่ม (Sparkling Tea) ซึ่งได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีและพัฒนาร่วมกับชุมชนอย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

### 2.1 การพัฒนาเครื่องดื่มชาอัดก๊าซพร้อมดื่ม (Sparkling Tea)

การพัฒนาเครื่องดื่มชาอัดก๊าซพร้อมดื่มเป็นกิจกรรมเด่นในปีที่ 2 ที่ช่วยสร้างมิติใหม่ให้กับการบริโภคชา โดยช่วยเพิ่มมูลค่าจากใบชาอัสสัมดั้งเดิมไปสู่ผลิตภัณฑ์ทันสมัยที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่นิยมเครื่องดื่มสุขภาพและความสดชื่นแบบพรีเมียม กิจกรรมแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

#### 1) ถ่ายทอดเทคนิคการสกัดใบชาแบบควบคุมรสชาติ (Controlled Extraction Technique)

ชุมชนได้รับการสอนเกี่ยวกับหลักการสกัดใบชาอย่างถูกต้องตามหลักวิทยาศาสตร์ โดยเน้นการควบคุมตัวแปรสำคัญ ได้แก่

- เวลาในการสกัด
- อุณหภูมิของน้ำ

- อัตราส่วนใบชาต่อน้ำ

เพื่อให้ได้รสชาติที่เหมาะสมสำหรับการทำเครื่องดื่มอัดก๊าซ ชุมชนได้ทดลองสกัดชาในหลายระดับความเข้มข้นเพื่อเปรียบเทียบความหอม ความขม และความกลมกล่อมของชา จนสามารถระบุโปรไฟล์รสชาติที่สมดุลที่สุดสำหรับการนำไปพัฒนาต่อเป็น Sparkling Tea

## 2) การพัฒนาสูตรเครื่องดื่มโดยใช้ชาอัสสัมเป็นฐาน (Assam Tea-based Formulation)

นำชาอัสสัมทั้งในรูปแบบ ชาดำและชาเขียว ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่โดดเด่นของชุมชนมาใช้เป็นฐานในการคิดค้นสูตรเครื่องดื่ม พร้อมผสานความเป็นท้องถิ่นผ่านการใช้ผลไม้พื้นบ้าน ได้แก่ น้ำผึ้ง มะนาว และลิ้นจี่ เพื่อสร้างรสชาติที่สดชื่น หอมกลมกล่อม และมีอัตลักษณ์ของพื้นที่อย่างชัดเจน

มีการพัฒนาสูตรหลายชุดร่วมกับชุมชน โดยชาวบ้านให้ความคิดเห็นด้านรสชาติ ความซ่า ความหวาน และความหอมของผลไม้ ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน และสามารถคัดเลือกสูตรที่ตรงกับความต้องการของตลาดได้อย่างแท้จริง

## 3) ทดลองผลิตและบรรจุกระป๋อง (Pilot-scale Canning)

เมื่อได้สูตรที่ผ่านการคัดเลือก ทีมวิจัยได้ถ่ายทอดกระบวนการผลิตในระดับต้นแบบ โดยให้ชุมชนได้ฝึกปฏิบัติจริงในขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่

- การปรับสมดุลความหวาน-ความเปรี้ยว
- การกำหนดระดับก๊าซ (Carbonation Level)
- ทดสอบความเสถียรของสี กลิ่น และความซ่าหลังการอัดก๊าซ
- การบรรจุกระป๋องและปิดฝากระป๋องตามมาตรฐาน

ชุมชนสามารถปฏิบัติได้จริงทุกขั้นตอน ตั้งแต่การเตรียมส่วนผสมจนถึงกระบวนการบรรจุ ทำให้เกิดความมั่นใจว่าสามารถต่อยอดสู่การผลิตในอนาคตได้

### ผลลัพธ์ที่ได้จากกิจกรรม

จากการเรียนรู้เทคนิคการสกัดชา การพัฒนาสูตร และการทดลองบรรจุกระป๋องร่วมกับชุมชน ทำให้การดำเนินงานในกิจกรรมนี้ประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีผลลัพธ์สำคัญดังนี้

#### 1) ได้ Sparkling Tea ต้นแบบจำนวน 2 สูตร ได้แก่

- เครื่องดื่มชาดำอัสสัมอัดก๊าซกลิ่นลิ้นจี่
- เครื่องดื่มชาเขียวอัดก๊าซกลิ่นน้ำผึ้งมะนาว

ทั้งสองสูตรเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์จากชาอัสสัมแม่หาง และ ได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ทำให้สามารถนำไปจำหน่ายในตลาดได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

#### 2) ชุมชนมีทักษะด้านเทคนิคการสกัดชาและการพัฒนาสูตรมากขึ้น

สามารถอธิบายขั้นตอนการสกัดใบชา การปรับรสชาติ การควบคุมความเข้มข้นของชาก่อนอัดก๊าซ และหลักการสร้างความซ่าของเครื่องดื่มได้ด้วยตนเอง

3) ชุมชนสามารถทดลองบรรจุกระป๋องและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

สามารถปิดฝากระป๋องอย่างถูกวิธี ควบคุมปริมาณการบรรจุ และสร้างต้นแบบที่สามารถนำเสนอผู้บริโภคและผู้ประกอบการเพื่อเตรียมต่อยอดสู่การผลิตจริงในอนาคต

4) เกิดความตระหนักถึงศักยภาพของชาอัสสัมแม่ทาในการพัฒนาเป็นเครื่องดื่มสมัยใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง

ชุมชนเห็นโอกาสในการขยายสินค้าไปสู่ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพและตลาดพรีเมียม สร้างแรงจูงใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอื่น ๆ ในอนาคต



ภาพที่ 2 ถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาอัสสัมแบบนวัตกรรม การพัฒนาเครื่องดื่มชาอัดก๊าซพร้อมดื่ม (Sparkling Tea)



ภาพที่ 3 การฝึกปฏิบัติการพัฒนาเครื่องดื่มชาอัดก๊าซพร้อมดื่ม (Sparkling Tea)



ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่มชาดำอัสสัมอัดก๊าซกลิ่นลิ้นจี่ และ เครื่องดื่มชาเขียวอัดก๊าซกลิ่นน้ำผึ้งมะนาว

## 2.2 ถ่ายทอดความรู้ด้านการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Quality Control for Cosmetic Products)

เพื่อให้ผลิตภัณฑ์โลชั่นสารสกัดชาอัสสัมที่ชุมชนพัฒนาขึ้นสามารถก้าวเข้าสู่ตลาดได้อย่างปลอดภัยและเป็นไปตามกฎหมาย ทีมวิจัยได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Cosmetic Quality Control) อย่างครบถ้วน โดยครอบคลุมตั้งแต่การตรวจสอบวัตถุดิบขั้นต้นไปจนถึงการเตรียมเอกสารยื่น อย. สำหรับการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ รายละเอียดดังนี้

### (1) การอบรมหลักการทดสอบความคงตัวของสูตร (Stability Test)

ชุมชนได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีตรวจสอบความเสถียรของเนื้อโลชั่นในสภาวะต่าง ๆ ตามหลักการทดสอบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เช่น:

- การทดสอบความคงตัวในอุณหภูมิต่ำ-ปกติ-สูง
- การเปลี่ยนแปลงของสี กลิ่น เนื้อสัมผัส และความหนืด
- การแยกชั้นของเนื้อครีม (Phase Separation)

ผลจากการอบรมทำให้ชุมชนสามารถเข้าใจว่าปัจจัยใดทำให้สูตรเสถียรหรือไม่เสถียร

### 2) การจัดการความสะอาดและสุขลักษณะของกระบวนการผลิต (Good Hygiene Practices – GHPs)

เนื่องจากเครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสผิวโดยตรง ความสะอาดของสถานที่ผลิตและอุปกรณ์จึงเป็นหัวใจสำคัญ ชุมชนได้รับการสอนในหัวข้อ:

- วิธีการทำความสะอาดอุปกรณ์ก่อนและหลังการผลิต
- การป้องกันการปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์

- ความสำคัญของการสวมถุงมือ หน้ากาก และชุดปฏิบัติงาน
- การเก็บรักษาสารสกัดและวัตถุดิบให้ปลอดภัยจากแสง ความชื้น และอุณหภูมิ

การฝึกปฏิบัติช่วยให้ชุมชนสามารถสร้างกระบวนการผลิตเบื้องต้นที่สะอาด ปลอดภัย และเหมาะสมกับมาตรฐานเครื่องสำอาง

### (3) การเลือกและประเมินคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ (Packaging Quality Assessment)

ที่มิจัยให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โลชั่น ได้แก่

- ความทนต่อแสงและอุณหภูมิ
- การรั่วซึมและความแข็งแรงของฝาปิด
- ความเข้ากันได้ของบรรจุภัณฑ์กับเนื้อโลชั่น (Compatibility Test)
- การทดสอบการใช้งานจริง เช่น การบีบ การกด และการพกพา

จากการเรียนรู้ดังกล่าว ชุมชนสามารถเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทำให้สูตรเสื่อมคุณภาพและช่วยยืดอายุสินค้าได้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย

### (4) ความรู้เกี่ยวกับข้อกำหนดการจดแจ้งผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

เพื่อเตรียมผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีการถ่ายทอดขั้นตอนสำคัญ ดังนี้:

- การตรวจสอบว่าผลิตภัณฑ์เข้าข่าย “เครื่องสำอาง” ประเภทใด
- รายการสารต้องห้ามและสารจำกัดปริมาณตามประกาศ อย.
- การจัดทำเอกสารส่วนผสม (Ingredient List) ตามระบบ INCI
- การจัดทำฉลากให้ถูกต้อง เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ เลขจดแจ้ง วันผลิต-หมดอายุ
- วิธีการยื่นขอ “เลขจดแจ้งเครื่องสำอาง” ผ่านระบบ e-Submission

ความรู้ชุดนี้ทำให้ชุมชนสามารถเตรียมตัวเข้าสู่การจดแจ้งผลิตภัณฑ์โลชั่นได้ด้วยตนเองในอนาคต และเข้าใจข้อบังคับในการผลิตที่ปลอดภัย

### สรุปผลการถ่ายทอดด้านการควบคุมคุณภาพเครื่องสำอาง

จากการอบรม ชุมชนสามารถ:

- ตรวจสอบคุณภาพของโลชั่นเบื้องต้นได้อย่างถูกต้อง
- รู้จักปัจจัยที่ส่งผลต่อความเสถียรของสูตร
- ปฏิบัติตามหลักสุขลักษณะในกระบวนการผลิต
- เลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และตลาด
- เข้าใจข้อกำหนดของ อย. และขั้นตอนการจดแจ้งเครื่องสำอาง

ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์โลชั่นสารสกัดชาของชุมชนสามารถพัฒนาต่อยอดสู่สินค้าพร้อมจำหน่ายและมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดสุขภาพและความงามได้อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 5 การฝึกปฏิบัติการพัฒนาครีมทามือที่มีส่วนผสมของสารสกัดชาเขียว



ภาพที่ 6 ครีมทามือที่มีส่วนผสมของสารสกัดชาเขียว

#### กิจกรรมที่ 4: การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการวางแผนด้านการตลาด

กิจกรรมนี้มีเป้าหมายเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มีความโดดเด่น สร้างอัตลักษณ์ และสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการนำหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่และการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ให้เหมาะสมกับศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง

##### 1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design)

ทีมวิจัยดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชาและ Sparkling Tea ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ ภายใต้แบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang”

โดยเน้นความสวยงาม ความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และความเป็นมิตรต่อผู้บริโภค พร้อมทั้งคำนึงถึงข้อกำหนดด้านกฎหมาย เช่น ฉลาก โฆษณาการ วันผลิต-หมดอายุ และข้อมูลผู้ผลิต

##### 2) การวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคและตลาดเป้าหมาย

ชุมชนได้รับการสอนวิธีวิเคราะห์ตลาด เช่น

- พฤติกรรมผู้บริโภค
- ความต้องการของลูกค้าในตลาดเครื่องดื่มสุขภาพ
- ราคาแข่งขันในตลาดใกล้เคียง
- ช่องทางจำหน่ายที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

##### 3) การพัฒนาแผนการตลาด (Marketing Plan)

ทีมวิจัยช่วยวางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดให้ชุมชน เช่น

- จุดขายสินค้า (Unique Selling Point – USP)
- การตั้งราคาให้สอดคล้องกับต้นทุนและความคุ้มค่า
- การเลือกช่องทางการจำหน่าย เช่น ร้านของฝาก ตลาดชุมชน ออนไลน์
- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วงทดลองตลาด

#### ผลลัพธ์ของกิจกรรมที่ 4

- ได้บรรจุภัณฑ์ใหม่ที่สื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน
- แแบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang” มีภาพลักษณ์ชัดเจนขึ้น
- ชุมชนสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง
- ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้มากขึ้นจากฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย



ภาพที่ 7 ตัวอย่างการออกแบบฉลากเครื่องดื่มชาเขียวอัสสัมอัดก๊าซกลิ่นน้ำผึ้งมะนาว และเครื่องดื่มชาดำอัดก๊าซกลิ่นลิ้นจี่

### Frame Ornament

- ใช้ลวดลายเส้นโค้งมนแบบ Baroque / Rococo ที่นิยมในยุโรปสมัยศตวรรษที่ 17-18
- สื่อถึงความพิถีพิถัน ความประณีต และคุณค่าที่เหนือกาลเวลา
- ทำให้สินค้าแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ชา น้ำดื่มทั่วไปที่มีกึ่งเรียบหรือมินิมอล

### Typography

- เลือกฟอนต์ Serif ตัวตรงและเส้นชัดเจน คล้ายงานพิมพ์เก่าในหนังสือหรือ
- ทำให้ข้อความมีความน่าเชื่อถือและเข้ากับกรอบวินเทจ
- ภาษาอังกฤษ + ภาษาไทย จัดเรียงอย่างสมดุล สะท้อนความเป็น สินค้าระดับสากล แต่มีรากฐานไทย

### Elegant Color Scheme

- ใช้ สีทอง เป็นตัวแทนของความพรีเมียมและหรูหรา
- ผสมกับสีเฉพาะรสชาติ (เขียวอ่อนสำหรับมะนาว, ชมพู-แดงสำหรับลิ้นจี่)
- ให้ความรู้สึกคล้าย “ขวดเครื่องดื่มหรู” ที่มีใช้ทอง + สีเข้มเป็นตัวสื่อสาร

ภาพที่ 8 ตัวอย่างแนวคิดการการคัดเลือกสี



ภาพที่ 9 ตัวอย่างแนวคิดการออกแบบฉลาก

### กิจกรรมที่ 5: การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

กิจกรรมนี้มุ่งสนับสนุนการเผยแพร่ความรู้และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งสร้างองค์ความรู้ให้ชุมชนสามารถสืบสานและพัฒนาต่อได้ในอนาคต

#### 1) การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

ทีมวิจัยร่วมกับชุมชนจัดทำสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น

- โปสเตอร์แนะนำผลิตภัณฑ์
- ป้ายสื่อสำหรับจัดแสดงในงานนิทรรศการ
- รูปถ่ายผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงสำหรับใช้งานออนไลน์

สื่อทั้งหมดถูกออกแบบให้สอดคล้องกับแบรนด์ใหม่ เพื่อสร้างการรับรู้ที่เป็นเอกภาพ

#### ผลลัพธ์ของกิจกรรมที่ 5

- ชุมชนมีสื่อประชาสัมพันธ์คุณภาพสูงพร้อมใช้งาน
- สื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

### กิจกรรมที่ 6: การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

กิจกรรมนี้มุ่งสร้างโอกาสให้ชุมชนเผยแพร่ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่สาธารณะ สร้างการรับรู้แบรนด์ และเปิดตลาดใหม่ให้กับสินค้านวัตกรรมของกลุ่ม

#### 1) การออกบูธร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเวทีนานาชาติ

ในปีที่ 2 ของโครงการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หางได้รับโอกาสสำคัญในการนำผลิตภัณฑ์ไปเผยแพร่สู่สาธารณะผ่านเวทีระดับประเทศและระดับนานาชาติ โดยความร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang” และเปิดตลาดใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ชาอัสสัมที่พัฒนาภายใต้โครงการ ดังนี้

### 1. งาน ASEAN CAFE 2025 (หรือ ASEAN Café Show 2025)

ได้จัดขึ้นไปแล้วเมื่อวันที่ ที่ ไบเทค บางนา (BITEC)

**วันที่จัดงาน:** 2-5 ตุลาคม 2568

**จัดโดย:** บริษัท กวิน อินเตอร์เทรด จำกัด (Gavin Intertrade Co., Ltd.)

**สถานที่จัดงาน:** ไบเทค บางนา (BITEC)

งาน ASEAN CAFE 2025 หรือ ASEAN Café Show 2025 เป็นงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติสำหรับธุรกิจกาแฟครบวงจร ครั้งที่ 19 ซึ่งถือเป็นหนึ่งในงานใหญ่ที่สุดของภูมิภาคสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจกาแฟ-ชา เบเกอรี่ ไอศกรีม อุปกรณ์ร้านกาแฟ และสินค้านวัตกรรมด้านอาหารและเครื่องดื่ม งานนี้รวบรวมผู้ประกอบการ นักธุรกิจ ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิตเครื่องจักร ผู้เชี่ยวชาญ และผู้สนใจจากทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวนมาก

การเข้าร่วมงานของชุมชนบ้านแม่หางนับเป็นโอกาสสำคัญในการนำเสนอผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่พัฒนาภายใต้โครงการ โดยเฉพาะ **Sparkling Tea จากชาอัสสัมแม่หาง** ซึ่งมีจุดเด่นด้านรสชาติ ความหอม และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวัตถุดิบชาในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบอื่น ๆ เช่น ชาดำอัสสัม ชาเขียวอัสสัม และผลิตภัณฑ์พร้อมขงที่ชุมชนได้พัฒนาในปีที่ 1 และปีที่ 2 ของโครงการ

ภายในงาน ผู้เข้าร่วมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาทดลองชิมเครื่องดื่มอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ Sparkling Tea ซึ่งได้รับคำชมว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติสดชื่น ทันสมัย และสามารถแข่งขันกับสินค้าในตลาดระดับพรีเมียมได้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการหลายรายยังได้แสดงความสนใจสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การรับรองมาตรฐาน และศักยภาพในการขยายกำลังการผลิต เพื่อพิจารณาความร่วมมือเชิงพาณิชย์ในอนาคต

การออกบูธครั้งนี้ยังช่วยให้ชุมชนได้เรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภค แนวโน้มตลาดเครื่องดื่ม เพื่อใช้ประกอบการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับตลาดมากยิ่งขึ้น รวมถึงเป็นเวทีในการสร้างเครือข่ายใหม่ ๆ กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมกาแฟ-ชา ทำให้แบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang” เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้นอย่างชัดเจน

**ผลลัพธ์ที่สำคัญจากการเข้าร่วมงาน ได้แก่**

- เพิ่มการรับรู้แบรนด์ของชุมชนในตลาดระดับประเทศและระดับภูมิภาค
- ได้รับฟีดแบ็กเชิงลึกจากผู้บริโภคจริงเพื่อนำไปใช้พัฒนาสูตร
- เกิดเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการด้านชา-กาแฟ
- ตระหนักถึงศักยภาพของชุมชนในการขยายผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดพรีเมียมและตลาดอาเซียน

การเข้าร่วมงาน ASEAN Café Show 2025 จึงเป็นก้าวสำคัญที่ช่วยผลักดันผลิตภัณฑ์ชาอัสสัมแม่หางให้ก้าวสู่ตลาดระดับสากล และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเห็นศักยภาพของตนเองในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องภายใต้แนวคิด BCE (Building Community Enterprise)



ภาพที่ 10 ออกบูทประชาสัมพันธ์งาน ASEAN CAFE 2025 (หรือ ASEAN Café Show 2025)



ภาพที่ 11 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบของชุมชนที่ร่วมจำหน่ายในงาน ASEAN CAFE 2025 (หรือ ASEAN Café Show 2025)

## 2. งาน World O-CHA (Tea) Festival 2025 ประเทศไทยญี่ปุ่น

วันที่จัดงาน: 23 – 26 ตุลาคม 2568

จัดโดย: World Green Tea Association

สถานที่จัดงาน: จังหวัดชิซูโอกะ ประเทศไทยญี่ปุ่น

งาน World O-CHA Festival เป็นงานเทศกาลชาที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยญี่ปุ่น มีผู้เข้าร่วมจากทั่วโลก ทั้งผู้เชี่ยวชาญด้านชา นักวิจัย ผู้ประกอบการ และผู้บริโภครที่สนใจในผลิตภัณฑ์ชาและนวัตกรรมชารูปแบบใหม่ การเข้าร่วมงานในครั้งนี้เป็นก้าวสำคัญที่ช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ของชุมชนแม่หางให้ปรากฏในเวทีระดับโลก ภายในงานได้นำเสนอผลิตภัณฑ์สำคัญ ชาดำอัสสัมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์พื้นฐานของชุมชน

ผู้เข้าร่วมงานจากหลายประเทศให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากรสชาติที่มีความแตกต่างจากชาในภูมิภาคอื่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ ทำให้ได้รับคำชื่นชมทั้งด้านรสชาติ ความแปลกใหม่ และศักยภาพทางการตลาด



ภาพที่ 12 นำเสนอผลิตภัณฑ์ชาดำอัสสัมแม่หาง ในงาน World O-CHA (Tea) Festival 2025 ประเทศไทยญี่ปุ่น

### ผลลัพธ์ภาพรวมของการออกบูธ

- จากการเข้าร่วมทั้งสองงาน ชุมชนได้รับประโยชน์หลายด้าน ได้แก่
- เพิ่มการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) ในระดับประเทศและนานาชาติ
- ได้รับคำแนะนำและฟีดแบ็กจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์
- เปิดโอกาสสร้างเครือข่ายการค้า กับผู้ประกอบการและหน่วยงานต่างประเทศ
- ทดสอบศักยภาพผลิตภัณฑ์ ผ่านการชิมและให้คะแนนจากผู้บริโภคหลากหลายกลุ่ม
- เพิ่มความมั่นใจให้ชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเชิงพาณิชย์อย่างยั่งยืน

การออกบูธทั้งสองเวทีจึงมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนก้าวสู่ระดับสากล และเป็นตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จของการบูรณาการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมกับภูมิปัญญาในพื้นที่

### กิจกรรมที่ 7: การติดตามและประเมินผล

เพื่อให้มั่นใจว่าโครงการ “การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง ปีที่ 2” สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด และก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงรูปธรรมต่อชุมชน จึงมีการวางระบบติดตามและประเมินผลอย่างรอบด้าน ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ทักษะ ผลผลิตทางนวัตกรรม ตลอดจนผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่ โดยการประเมินประกอบด้วยแนวทางหลัก ดังนี้

#### 1) การประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม

ทีมวิจัยใช้ทั้ง แบบสอบถามเชิงปริมาณ และ การสัมภาษณ์เชิงลึก/การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เพื่อประเมินความเข้าใจ การนำความรู้ไปใช้ และความพึงพอใจต่อกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้หลัก ได้แก่ การสกัดชา การพัฒนาสูตร การอัดก๊าซ การแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาทักษะการตลาด

#### ผลประเมินพบว่า

- ผู้เข้าร่วมมากกว่า 90% ระบุว่าสามารถนำความรู้ไปใช้จริงได้ในกระบวนการผลิตและพัฒนาสินค้า
- ผู้เข้าร่วม มีความมั่นใจเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ในการทดลองผลิต Sparkling Tea, การควบคุมคุณภาพสินค้า และการทำบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องตามเกณฑ์ อย.
- ชุมชนสะท้อนว่า ความรู้ที่ได้รับในปีที่ 2 เป็นการต่อยอดจากพื้นฐานที่วางไว้ในปีที่ 1 อย่างเป็นระบบ ทำให้เข้าใจห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของชาอัสสัมได้ครบถ้วนมากขึ้น

#### 2) การประเมินผลผลิตและผลลัพธ์

ทีมวิจัยได้ตรวจสอบความก้าวหน้าที่เกิดขึ้นจริงในระดับกิจกรรมและผลผลิตของโครงการ ได้แก่

- **พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบอย่างน้อย 2 ประเภท ได้แก่**
  1. Sparkling Tea 2 สูตร
  2. ครีมทาผิวที่มีส่วนผสมของสารสกัดชาอัสสัม
- **ชุมชนสามารถทำซ้ำ (Replicate) กระบวนการผลิตได้** ทั้งในส่วนการสกัด การอัดก๊าซ และการบรรจุกระป๋อง โดยไม่ต้องพึ่งพาทีมวิจัยในขั้นพื้นฐาน
- **เกิดทักษะใหม่ เช่น**
  - การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
  - การจัดทำฉลากและเอกสารจดแจ้ง อย.
  - การถ่ายภาพสินค้าและการทำคอนเทนต์การตลาดออนไลน์

• **ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการทดลองจำหน่าย (Trial Market) ทั้งในงานออกบูธและจำหน่ายภายในชุมชน** ผลลัพธ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าชุมชนมีความพร้อมมากขึ้นในการก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชนตามแนวคิด BCE ของ สป.อว.

### 3) การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ-สังคม

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) ดำเนินการทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อวัดการเปลี่ยนแปลงในระดับชุมชน พบผลดังนี้

#### ด้านเศรษฐกิจ

- ชุมชนมีผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงที่สามารถออกสู่ตลาดได้จริง
- เกิดช่องทางจำหน่ายใหม่ เช่น การออกบูธงานระดับอาเซียน การจัดทำเพจออนไลน์
- มีแนวโน้มขยายตลาดสู่ผู้บริโภคต่างประเทศ จากความสนใจของผู้เข้าชมงาน

#### ด้านสังคมและทักษะชุมชน

- เกิด “ชุมชนผู้ประกอบการ” ที่มีทักษะครบวงจรมากขึ้น ตั้งแต่การผลิตจนถึงการตลาด
- ความร่วมมือในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้มแข็งขึ้น
- ความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ชาอัสสัมแม่หางเพิ่มขึ้น
- ชุมชนเริ่มมีวิสัยทัศน์ร่วมในระยะยาวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นวัตกรรม

#### ด้านภาพลักษณ์และการยอมรับ

- แบรินด์ “Assam Tea of Mae Hang” ได้รับการจดจำเพิ่มขึ้นหลังเข้าร่วมงาน ASEAN CAFE และงานเทศกาลอื่น ๆ
- การได้รับการรับรองมาตรฐาน (อย.) สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อและผู้บริโภค

## บทที่ 4

### สรุปผลการดำเนินงาน

โครงการ “การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง ปีที่ 2” มุ่งเน้นการต่อยอดศักยภาพที่ได้พัฒนาขึ้นในปีที่ 1 ทั้งด้านมาตรฐานการผลิต ความรู้พื้นฐานด้านการแปรรูป และการสร้างโครงสร้างธุรกิจเบื้องต้นของชุมชน ปีที่ 2 เป็นปีสำคัญที่มุ่งสร้าง “มูลค่าเพิ่ม” และ “ความสามารถในการแข่งขัน” ผ่านการนำ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) มาบูรณาการกับภูมิปัญญาในชุมชน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและผลสัมฤทธิ์ที่ชัดเจน ดังสรุปได้ดังนี้

#### 1. ความสำเร็จด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม

โครงการสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ ได้แก่

- เครื่องดื่มชาอัดก๊าซ Sparkling Tea จำนวน 2 สูตร ซึ่งผ่านการรับรอง อย. และได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากตลาดทดลอง
- ผลิตภัณฑ์โลชั่นสารสกัดชาอัสสัม พร้อมองค์ความรู้ด้านการควบคุมคุณภาพและการจัดแจ้งเครื่องสำอาง
- บรรจุภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang” ที่สร้างภาพลักษณ์ทันสมัยและสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดเป็นผลจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการทำงานร่วมกันระหว่างทีมวิจัยและชุมชนอย่างใกล้ชิด

#### 2. ความก้าวหน้าในการเพิ่มขีดความสามารถชุมชนในห่วงโซ่มูลค่า

ตลอดโครงการ ชุมชนได้รับการเสริมสร้างความรู้และทักษะสำคัญ ได้แก่

- การสกัดชา พัฒนาสูตร และการอัดก๊าซ
- การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มและเครื่องสำอาง
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากตามเกณฑ์มาตรฐาน
- การตลาดดิจิทัล การสร้างสื่อ และการทดลองตลาด
- ความรู้ด้านต้นทุน การตั้งราคาขาย และแนวคิด BCE

ส่งผลให้ชุมชนสามารถผลิตซ้ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง มีความพร้อมยกระดับสู่ผู้ประกอบการชุมชนอย่างแท้จริง

#### 3. ความสำเร็จด้านการเผยแพร่และการยอมรับจากสาธารณะ

ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้รับการเผยแพร่ในงานสำคัญ ได้แก่

- งาน ASEAN CAFE 2025 ณ ไบเทค บางนา

การเข้าร่วมงานทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้รับความสนใจจากผู้บริโภคและผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ สร้างโอกาสเชิงการค้าและเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์อย่างกว้างขวาง

Sparkling Tea ได้รับการยอมรับในด้านรสชาติและความแปลกใหม่ เป็นผลิตภัณฑ์ตัวแทนของชาอัสสัมแม่หางที่สามารถแข่งขันในตลาดระดับพรีเมียมได้

#### 4. ผลการติดตามและประเมินผลโครงการ

การติดตามและประเมินผลชี้ให้เห็นว่าโครงการบรรลุเป้าหมายในระดับที่น่าพึงพอใจ

##### 4.1 ด้านความรู้และความพึงพอใจ

- ผู้เข้าร่วม มากกว่า 90% มีความเข้าใจและสามารถนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง
- ชุมชนมีระดับความมั่นใจเพิ่มขึ้นในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง

##### 4.2 ด้านผลผลิตและผลลัพธ์

- มีผลิตภัณฑ์ต้นแบบพัฒนาใหม่ไม่น้อยกว่า 3 รายการ
- ชุมชนสามารถทำซ้ำกระบวนการผลิตหลักได้อย่างถูกต้อง
- รายได้จากตลาดทดลองเพิ่มขึ้น และสามารถเปิดช่องทางจำหน่ายใหม่ได้จริง

##### 4.3 ด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ-สังคม

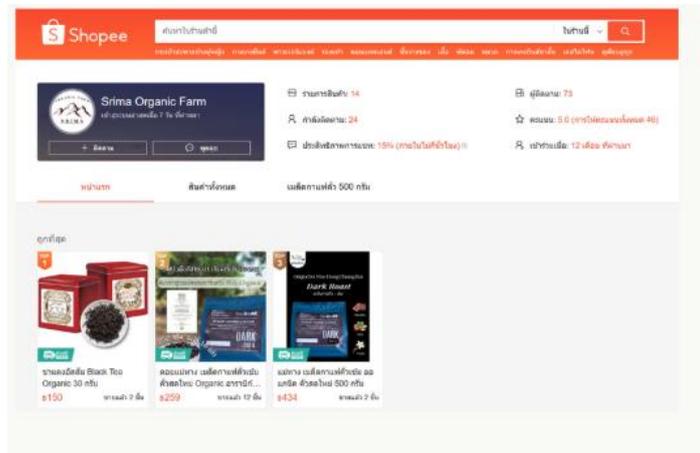
- ชุมชนมีความเข้มแข็งขึ้นในด้านธุรกิจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- แบรินด์ของชุมชนมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและได้รับการยอมรับมากขึ้น
- เกิดการรวมกลุ่มและการวางแผนธุรกิจร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม

ตารางสรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปีที่ 2

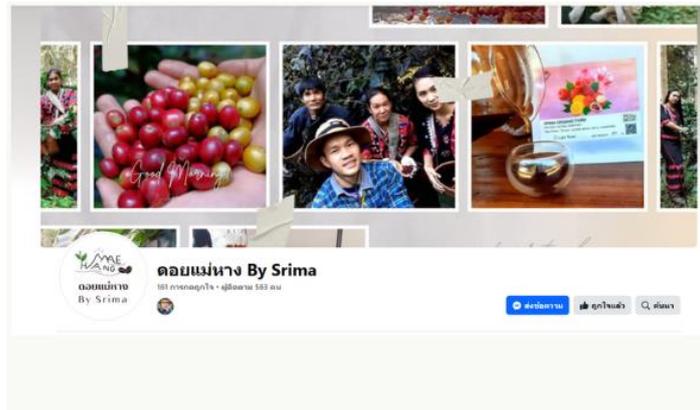
หมวดผลลัพธ์	รายละเอียดผลสำเร็จ	ตัวชี้วัด
พัฒนาผลิตภัณฑ์	พัฒนา Sparkling Tea จำนวน 2 สูตรผ่าน อย., ผลิตภัณฑ์โลชั่นสารสกัดชาอัสสัมต้นแบบ และบรรจุภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบรนด์ “Assam Tea of Mae Hang”	จำนวนผลิตภัณฑ์ต้นแบบ $\geq 3$ รายการ
ทักษะชุมชน	ชุมชนสามารถทำซ้ำกระบวนการผลิตได้จริง มีทักษะด้านการควบคุมคุณภาพ (QC) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการตลาดมากขึ้น	ความเข้าใจและทักษะของผู้เข้าร่วม $\geq 90\%$
การตลาด	เข้าร่วมออกบูธในงาน ASEAN CAFE 2025 และเริ่มจัดทำช่องทางออนไลน์ของชุมชน	ยอดผู้สนใจในงานระดับสูง
	ภายในงานมีผู้ทดลองชิมจำนวนมาก ผู้ประกอบการสอบถามข้อมูลด้านการตลาด และให้ฟีดแบ็กเชิงบวกต่อรสชาติและภาพลักษณ์ของ Sparkling Tea ส่งผลให้เกิดโอกาสทางการตลาดใหม่และเพิ่มการรับรู้แบรนด์ของชุมชน อีกทั้งยังมีคำสั่งซื้อภายในงาน และมีผู้สนใจติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์หลังจบงาน	—
ผลกระทบเศรษฐกิจ-สังคม	รายได้เพิ่มขึ้น เกิดเครือข่ายตลาดใหม่ ชุมชนมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการและการวางแผนธุรกิจมากขึ้น	ระดับความพึงพอใจของชุมชน $\geq 90\%$

# ช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์

## 1. ร้านค้าออนไลน์ใน Shopee



## 2. เพจเฟซบุ๊กชื่อ ดอยแม่หาง By Srma



## บทที่ 5

### ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการ “การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง ปีที่ 2” แม้จะประสบความสำเร็จในหลายด้าน แต่ยังพบข้อจำกัดบางประการที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาคุณภาพของชุมชนในระยะยาว จึงได้มีการรวบรวมปัญหาและอุปสรรค รวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการพัฒนาต่อยอด ดังนี้

#### 5.1 ปัญหาและอุปสรรค

##### 1) ด้านการผลิตและเทคโนโลยี

- เครื่องมือและอุปกรณ์ของชุมชนยังไม่เพียงพอสำหรับการผลิตในปริมาณมาก เช่น เครื่องอัดก๊าซและเครื่องบรรจุกระป๋อง ซึ่งจำเป็นสำหรับการผลิต Sparkling Tea
- กระบวนการควบคุมคุณภาพยังต้องการความแม่นยำสูง โดยเฉพาะการรักษาความสม่ำเสมอของรสชาติและระดับก๊าซ
- การผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางยังต้องการสถานที่ผลิตที่ได้มาตรฐาน GMP เพื่อรองรับการจำหน่ายเชิงพาณิชย์อย่างเต็มรูปแบบ

##### 2) ด้านวัตถุดิบและมาตรฐาน

- คุณภาพใบชาอาจแตกต่างกันตามฤดูกาล ทำให้ต้องมีระบบการคัดเลือกและจัดเก็บที่เป็นมาตรฐานมากขึ้น
- การจัดทำเอกสารตามข้อกำหนดของ อย. ทั้งด้านอาหารและเครื่องสำอางยังเป็นภาระเชิงเทคนิคที่ชุมชนต้องการความช่วยเหลือเพิ่มเติม

##### 3) ด้านการตลาดและช่องทางจัดจำหน่าย

- ช่องทางจำหน่ายในชุมชนยังมีข้อจำกัด ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้น้อย
- ทักษะด้านการตลาดออนไลน์ของชุมชนอยู่ในระดับเริ่มต้น ต้องการการฝึกอบรมเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถบริหารเพจและสร้างคอนเทนต์ต่อเนื่อง
- การสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นในตลาดเครื่องดื่มและสุขภาพยังมีไม่มาก

##### 4) ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

- ชุมชนยังอยู่ในระยะพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจ การแบ่งบทบาทหน้าที่และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ยังต้องเสริมให้ชัดเจน
- ความพร้อมด้านบุคลากร เช่น เวลาที่ใช้ในการผลิตหรือการจัดการเอกสาร ยังมีข้อจำกัด

#### 5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาในอนาคต

##### 1) การยกระดับระบบการผลิตและเครื่องมือ

- สนับสนุนการจัดหาเครื่องมือเฉพาะทาง เช่น เครื่องอัดก๊าซ เครื่องซีลกระป๋อง และอุปกรณ์ควบคุมคุณภาพ เพื่อลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความสามารถในการผลิต

- ส่งเสริมการจัดตั้ง **โรงงานต้นแบบขนาดชุมชน (Community Processing Unit)** เพื่อรองรับการผลิตเชิงพาณิชย์ในอนาคต
- 2) การเพิ่มศักยภาพด้านมาตรฐานและความปลอดภัย**
- จัดอบรมเชิงลึกด้าน GMP, HACCP และการควบคุมคุณภาพ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการผลิตอาหารและเครื่องสำอางที่ได้มาตรฐาน
  - จัดให้มีระบบตรวจวิเคราะห์คุณภาพสารสำคัญ เช่น คาเทชิน สารต้านอนุมูลอิสระ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค
- 3) การพัฒนาการตลาดและช่องทางจำหน่าย**
- ส่งเสริมการใช้ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง เช่น การขายผ่าน Facebook Page, LINE Shopping หรือ Marketplace
  - สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับร้านค้าปลีก โรงแรม ร้านสินค้า OTOP และผู้ค้าส่ง เพื่อขยายฐานลูกค้า
  - เดินหน้าพัฒนากิจกรรมออกบูธร่วมกับภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง
- 4) การพัฒนาแบรนด์และอัตลักษณ์สินค้า**
- จัดทำเรื่องราวของแบรนด์ (Brand Storytelling) ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ และแหล่งที่มาของชา
  - พัฒนา CI ของแบรนด์ เช่น สี โลโก้ ลายกราฟิก ให้มีเอกลักษณ์และสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ชัดเจน
- 5) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน**
- วางระบบบริหารจัดการกลุ่มอย่างมืออาชีพ เช่น ระบบบัญชี การจัดการสต็อก และการวางแผนทางการตลาด
  - แบ่งบทบาทในทีม เช่น ทีมผลิต ทีม QC ทีมตลาด และทีมการเงิน เพื่อให้โครงสร้างการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชาอัสสัมแม่เหาะก้าวสู่ตลาดพรีเมียมและตลาดอาเซียนได้อย่างยั่งยืน ควรมีการดำเนินงานดังนี้:

- พัฒนาเทคโนโลยี → สร้างมาตรฐาน → ขยายกำลังผลิต → เสริมสร้างตลาด → สร้างเครือข่ายธุรกิจ
- ใช้นวัตกรรมต่อยอดผลิตภัณฑ์ เช่น ชาฟังก์ชัน เครื่องดื่มสุขภาพ หรือผลิตภัณฑ์สกินแคร์จากชา
- วิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อเพิ่มความแตกต่างและเป็นผู้นำตลาดในอนาคต

ภาคผนวก ก  
รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ

## รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ

หมู่บ้านผลิตกาแฟอาราบิก้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย ตำบลปอ อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย

ที่	ชื่อ/สกุล	อาชีพ	ผลิตผล
1	นายจิรภัทร สุวรรณยศ	เกษตรกร	ชาอัสสัม
2	นางสาวดารินทร์ ศรีมา	เกษตรกร	ชาอัสสัม
3	นายวรากร พวงกิ่งแก้ว	เกษตรกร	ชาอัสสัม
4	นายชยุต พลอยภัสสร	เกษตรกร	ชาอัสสัม
5	นายสมควร ชัยมณี	เกษตรกร	ชาอัสสัม
6	นายเอนก ฤทธิชัย	เกษตรกร	ชาอัสสัม
7	นายวินัย คนหลวง	เกษตรกร	ชาอัสสัม
8	นายจิตติกรณ์ จะมีือ	เกษตรกร	ชาอัสสัม
9	นางสาวธัญชนก เทพอินทร์	เกษตรกร	ชาอัสสัม
10	นางสาวรัชนีภา หาญเจริญกิจ	เกษตรกร	ชาอัสสัม
11	นายสิงห์แก้ว ศรีมา	เกษตรกร	ชาอัสสัม
12	นายผัด ไชยนุรักษ์	เกษตรกร	ชาอัสสัม
13	นายชูชาติ พลอยภัสสร	เกษตรกร	ชาอัสสัม
14	นางสาวนาเล นายดู	เกษตรกร	ชาอัสสัม
15	นายอภิรักษ์ เกิดสิน	เกษตรกร	ชาอัสสัม
16	นายเอกนรินทร์ สองปอน	เกษตรกร	ชาอัสสัม
17	นายเสริฐู เป็งป้อ	เกษตรกร	ชาอัสสัม
18	นายปรีชา สุวรรณมา	เกษตรกร	ชาอัสสัม
19	นางสมศรี สุวรรณมา	เกษตรกร	ชาอัสสัม
20	นายสมบูรณ์ ฤทธิ	เกษตรกร	ชาอัสสัม
21	นางจิรรัตน์ ฤทธิชัย	เกษตรกร	ชาอัสสัม
22	นายอรุณศักดิ์ ไทยกรณ์	เกษตรกร	ชาอัสสัม
23	นายสมเกียรติ เทพอินทร์	เกษตรกร	ชาอัสสัม
24	นางสมส่วน วงศ์คำยอด	เกษตรกร	ชาอัสสัม
25	นางบัวใจ แก้วบุญมา	เกษตรกร	ชาอัสสัม
26	นายธราเทพ เทพอินทร์	เกษตรกร	ชาอัสสัม
27	นายวิรัตน์ รักชาติ	เกษตรกร	ชาอัสสัม
28	นายดวงแสง รักชาติ	เกษตรกร	ชาอัสสัม

ที่	ชื่อ/สกุล	อาชีพ	ผลิตผล
29	นางอัมพร แสงฟ้าเลื่อน	เกษตรกร	ชาอัสสัม
30	นายเพิ่ม รักชาติ	เกษตรกร	ชาอัสสัม
31	นายณัฐวุฒิ มูลมั่ง	เกษตรกร	ชาอัสสัม

ภาคผนวก ข  
การประชาสัมพันธ์ดำเนินโครงการ



# โครงการ การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและ พัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง

Innovation for Promoting and Developing Assam Tea Processing to Standards of Mae Hang Organic Agricultural Community Enterprise



**บ้านแม่หาง**  
อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย  
(ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติขุนเอย)

Project Location: Mae Hang Village,  
Wiang Pa Pao District, Chiang Rai Province  
(Located within Khun Chae National Park)

พื้นที่เพาะปลูกชาอัสสัม ทั้งหมด 943 ไร่  
ระดับความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,000-1,200 เมตร  
Assam tea cultivation area 943 rai (=151 hectares)  
Elevation: 1,000-1,200 meters above sea level

อาชีพ ทำไร่ชา เก็บใบชาสดจำหน่าย  
Livelihood: Tea farming, harvesting fresh tea leaves for sale

ปริมาณผลผลิตใบชาสด 2,800 กิโลกรัม/ปี  
Annual fresh tea leaf production: 2,800 kilograms/year

แปลงชา: มาตรฐาน GAP      ผลิตภัณฑ์: มาตรฐาน อย.  
Standards: GAP Certified      Standards: Thai FDA Certified



## “ชุมชนอยู่ร่วมกับป่า พัฒนาชา สร้างอาชีพอย่างยั่งยืน”



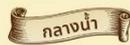
(การจัดการต้นน้ำ)  
Upstream  
(Tea Plantation Management)

● พัฒนาระบบมาตรฐาน GAP  
Development of Tea Plantations  
to Address Good Agricultural  
Practices (GAP) Certification



● ผลิตและจำหน่ายชาอัสสัมเกรดพรีเมียม  
Production of Eco-Friendly  
High Quality Assam Tea  
for Local Consumption  
and Tea Export

ผลลัพธ์: มาตรฐาน GAP  
Result: Tea plantations certified with GAP



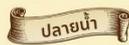
(การพัฒนาย่านน้ำ)  
Midstream  
(Product Development)

● ผลิตชาอัสสัมคุณภาพสูง  
Produce High-quality  
Assam Tea  
in compliance with regulations



● ผลิตและจำหน่ายเครื่องดื่มชาอัสสัม  
Production of Assam Tea  
into Beverages and Personal  
Care Products

ผลลัพธ์: ผลิตภัณฑ์แปรรูปชาอัสสัม  
The following products have been certified  
by the Thai Food and Drug Administration (FDA)  
- Assam Black Tea  
- Sparkling Assam green tea - Honey Lemon Flavor  
- Sparkling Assam Black tea - Citrus Rascal  
- Green Tea Extract Hand Cream



(การตลาด)  
Downstream  
(Marketing &  
Commercialization)

● ผลิตและจำหน่ายชาอัสสัมเกรดพรีเมียม  
Produce High-quality  
Assam Tea  
in compliance with regulations



● พัฒนากลยุทธ์การตลาด  
Develop Marketing  
Strategy and Distribution  
Channel Planning

ผลลัพธ์: ผลิตภัณฑ์แปรรูปชาอัสสัมพร้อมจำหน่าย  
Result: Products ready for commercial markets

ภายใต้การสนับสนุนและบริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี และนวัตกรรม (วทน.) เพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน  
แพดฟอร์นพื้นที่เกษตรกรรม (BCE) จาก กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ประจำปี  
งบประมาณ 2567-2568

โรลล์อัพประชาสัมพันธ์โครงการ



### Innovation for Promoting and Developing Assam Tea Processing to Meet Standards of the Mae Hang Organic Agricultural Community Enterprise

アッサム紅茶の加工と推進・開発し、メーハン有機農業コミュニティ企業の基準を満たすためのイノベーション



Mae Hang Village, Wiang Pa Pao District, Chiang Rai Province (Located within Khun Chae National Park)

プロジェクト所在地: タイ王国チエンライ県ウィアンパオ郡メーハン村 (クンチャー国立公園内)

Assam tea cultivation area: 943 rai (=151 hectares)  
Elevation: 1,000-1,200 meters above sea level  
Annual fresh tea leaf production: 2,800 kilograms/year  
Livelihood: harvesting fresh tea leaves for sale  
Farm Standards: GAP Certified  
Product Standard: Thai FDA Certified  
アッサム紅茶の栽培面積: 943ライ (約151ヘクタール)  
標高: 海抜1,000~1,200メートル  
年間の生葉生産量: 2,800キログラム/年  
注記: 生葉葉の収穫・販売  
農場基準: GAP (適正農業規範) 認証取得  
製品基準: タイ食品医薬品局 (Thai FDA) 認証取得



Communities Living With The Forest, Growing Tea To Create Sustainable Livelihoods  
森と共生しながら茶を育て、持続可能な生計を築く



(Tea Plantation Management) 上流工程 (茶園管理)

Development of Tea Plantations to Achieve Good Agricultural Practice (GAP) Certification  
農産物の生産と品質向上を目的とした GAP 認証取得  
● 農産物の生産と品質向上を目的とした GAP 認証取得



Production of Bio-Fermented Liquid Fertilizer for Yield Enhancement and Pests Control in Tea Plantations  
茶園の収量向上と害虫防除のための液体肥料の生産  
● 茶園の収量向上と害虫防除のための液体肥料の生産

Result: Tea plantations certified with GAP  
結果: 茶園が GAP (適正農業規範) 認証を取得



(Product Development) 中流工程 (製品開発)

Produce high-quality Assam black tea in compliance with regulations  
規制に準拠して高品質のアッサム黒茶を生産  
● 高品質のアッサム黒茶を生産



Processing of Assam Tea into Beverages and Personal Care Products  
アッサム茶を飲料とパーソナルケア製品に加工  
● アッサム茶を飲料とパーソナルケア製品に加工

The following products have been certified by the Thai Food and Drug Administration (FDA)  
以下の製品がタイ食品医薬品局 (FDA) によって認証されています  
● アッサム黒茶  
● Sparkling Assam green tea - Honey Lemon Flavor  
● Sparkling Assam black tea - Light Lemon  
● Green Tea Extract Hand Cream  
FDA-認証製品 (食品医薬品局 (FDA) によって認証されています)  
● アッサム黒茶  
● Sparkling Assam green tea - Honey Lemon Flavor  
● Sparkling Assam black tea - Light Lemon  
● Green Tea Extract Hand Cream

Result: Products ready for commercial markets  
結果: 製品が GAP (適正農業規範) 認証を取得



(Marketing & Commercialization) 下流工程 (マーケティング・商業化)

Tea Tasting  
茶の試飲  
● 茶の試飲



Packaging Design, Marketing Strategy and Distribution Channel Planning  
パッケージデザイン、マーケティング戦略、および流通チャネルの計画  
● パッケージデザイン、マーケティング戦略、および流通チャネルの計画

Result: Products ready for commercial markets  
結果: 製品が GAP (適正農業規範) 認証を取得

タイ王国高等教育・科学・研究・イノベーション省 (MHESI) による「科学・技術・イノベーション (STI) 活用による生産力・地域経済強化事業 (地域ビジネス能力強化プラットフォーム: BCE) 2024~2025会計年度

โรลล์ประชาสัมพันธ์โครงการ (ภาษาอังกฤษและภาษาญี่ปุ่น)

การร่วมออกบูธในงานกิจกรรมต่างๆ



งาน ASEAN CAFE 2025 ณ ไบเทค บางนา



งาน WORLD O-CHA Festival 2025 ณ จังหวัดชิซุโอกะ ประเทศญี่ปุ่น

## ข่าวกิจกรรม เว็บไซต์สถาบันชาและกาแฟ

✔ สถาบันชาและกาแฟ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เทคโนโลยีการแปรรูปชาอัสสัม เมื่อวันที่ 22 กันยายน 2568 สถาบันชาและกาแฟ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จัดกิจกรรม อบรมเชิงปฏิบัติการ เทคโนโลยีการแปรรูปชาอัสสัมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย ภายใต้โครงการ "การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐาน" ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ณ บริษัท นาอีฟ อินโนวา จำกัด (สำนักงานใหญ่) อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

📍 ไฮไลท์ของกิจกรรม

- ✔ เรียนรู้และฝึกปฏิบัติการ สกัดสารสำคัญจากชาอัสสัม และการสังเคราะห์อนุภาคนาโน
  - ✔ ฝึกพัฒนาผลิตภัณฑ์ Hand Cream และ Pillow Spray จากสารสกัดชาอัสสัมนาโนและน้ำมันหอมระเหยนาโน
  - ✔ เยี่ยมชมกระบวนการผลิตเครื่องสำอางตามมาตรฐาน พร้อมการจำลองแผนธุรกิจเบื้องต้น
  - ✔ แลกเปลี่ยนความรู้และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม
  - 🌟 กิจกรรมครั้งนี้ช่วยเสริม ทักษะและแนวคิดนวัตกรรม ให้ผู้เข้าร่วมสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ และต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ในตลาดสุขภาพและความงาม
  - 🌐 การเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)
- SDG 1: ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่  
 SDG 8: ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และ มีผลิตภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน  
 SDG 9: สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม ที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม  
 SDG 12: สร้างหลักประกันใหม่มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน  
 SDG 17: เสริมความเข้มแข็งให้แก่งlobal การดำเนินงานและหุ้นส่วนภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน

#MFU #TeaCoffeeInstitute #สถาบันชาและกาแฟ



❖ **สถาบันชาและกาแฟ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เทคโนโลยีการแปรรูปชาอัสสัม**  
 เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2568 สถาบันชาและกาแฟ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ "เทคโนโลยีการแปรรูปชาอัสสัมในรูปแบบอาหาร" ภายใต้โครงการ การใช้นวัตกรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการแปรรูปชาอัสสัมสู่มาตรฐาน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านแม่หาง โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ณ ห้องประชุมเทศบาลตำบลป่าจ๋ว อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย

กิจกรรมได้รับเกียรติจาก

- 🌸 นางเพ็ญภา ตาลน้อย นายกเทศมนตรีตำบลป่าจ๋ว กล่าวเปิดกิจกรรม
- 🌸 นายอภิชัย หมุกก้อน เกษตรอำเภอเวียงป่าเป้า กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วม

พร้อมด้วยการบรรยายความรู้จาก

👤 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยาภรณ์ เชื้อมชัยตระกูล หัวหน้าสถาบันชาและกาแฟ ในหัวข้อเทคโนโลยีการผลิตชา

👤 คุณฮาพล พิงสมบูรณ์ ถ่ายทอดความรู้และจัดกิจกรรม Workshop การผลิต Sparkling Tea

กิจกรรมในครั้งนี้มุ่งเน้นการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีการแปรรูปชาอัสสัม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรสู่มาตรฐานที่ยั่งยืน สร้างโอกาสเพิ่มศักยภาพและมูลค่าให้กับชาอัสสัมในเชิงเศรษฐกิจต่อไป 🌱🌸

#สถาบันชาและกาแฟ #MFU #TeaandCoffee #มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

