

Newspaper : Krungthep Turakij	Date: 28 August 2018
'HEADLINE': วิทย์เสริมไอทีอป ขยับเทียบชั้นพรีเมียม	Page: 24
Section : Think StartUp	Column Inch : 81
Circulation : 180,000	PR Value : 352,836



ว.จะนำวิทยาศาสตร์ฯ ที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาแล้ว
ไปถ่ายทอดให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ไอทีอปใน 10 จังหวัดเป้าหมาย
วิรัช จันทร

● สานิตย์ กับฟ้า
กรุงทพพรธุรกิจ

วิทย์เสริมไอทีอป ขยับเทียบชั้นพรีเมียม

ว. จับมือ 5 มหาวิทยาลัยภาครัฐใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) ยกระดับไอทีอป 10 จังหวัดเป้าหมาย ในโครงการวิทย์แก่จน ตั้งเป้าผู้ประกอบการ 1,000 ราย สามารถเพิ่มรายได้อย่างน้อย 10% พร้อมพัฒนาผู้นำกลุ่มด้วยการติดอาวุธด้านการตลาดและอีคอมเมิร์ซ เพื่อให้เห็นหน้าต่ออย่างยั่งยืน

ปลารัฐวิทย์เทคโนโลยีและนวัตกรรม ของนครพนม สาขารายไถจากน่าน หรือ ถั่วแปบยี่ห้อเมืองตากและอื่นๆ อีกมากใน 10 จังหวัดเป้าหมาย จะถูก วทน. ปะแป้ง แต่งตัว ยกระดับการผลิตและผลิตภัณฑ์ จากกลุ่ม ซี และ ดี ให้ก้าวขึ้นไปอีกระดับ สามารถแข่งขันในตลาดที่กว้างขึ้น สร้าง รายได้และเพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้กับผู้ประกอบการ

ไอทีอปติดปีก วทน.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งประเทศไทย (วว.) ลงนามความร่วมมือ ในโครงการพัฒนาผู้ประกอบการไอทีอปในพื้นที่ 10 จังหวัดเป้าหมาย คือ แม่ฮ่องสอน นราธิวาส ปัตตานี กาฬสินธุ์ นครพนม ชัยนาท ตาก บุรีรัมย์ อำนาจเจริญ และน่านกับ 5 มหาวิทยาลัยภาครัฐ ได้แก่ สงขลานครินทร์ นครพนม เชียงใหม่ มรภ.นครราชสีมา และ มทร.สุวรรณภูมิ โดยใช้งบประมาณสนับสนุนจากโครงการบิกร็อค

วิรัช จันทร รองผู้อำนวยการกลุ่มบริการอุตสาหกรรม และรักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการ วว. กล่าวว่า กลุ่มเป้าหมายจะเป็นผู้ประกอบการไอทีอปกลุ่มซี 20% ของผู้ร่วมโครงการและกลุ่มดี 80% ตามแนวทางที่กรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ไอทีอป เป็น 4 กลุ่ม

คือ เอ ดาวเด่นสู่สากล เป็นสินค้ามีคุณภาพราคาสูงและผลิตได้ปริมาณมาก, บี อนุรักษ์สร้างคุณค่าในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ



ผลิตภัณฑ์แปรรูปและสร้างมูลค่าให้กับตะลิงปลิง ผลไม้รสเปรี้ยวที่มีมูลค่าต่ำ

เป็นสินค้ามีคุณภาพราคาสูงและผลิตในปริมาณน้อยเพื่อตอบสนองลูกค้าเฉพาะราย, ซี พัฒนาเข้าสู่ตลาดการแข่งขัน เป็นสินค้ามีคุณภาพหรือราคาต่ำ และผลิตได้ปริมาณมาก และกลุ่มดีปรับตัวเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานการผลิต : สินค้ามีคุณภาพ หรือราคาต่ำ และผลิตได้ปริมาณน้อย

กิจกรรมหลักของโครงการแบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ 1.การรวบรวมฐานข้อมูล แนวทางการแก้ไขปัญหของเครือข่ายวทน. โดยจัดทำรายการเทคโนโลยีพร้อมใช้อย่างเป็นระบบ เพื่อการแก้ไขปัญหที่รวดเร็ว และเชื่อมโยงถ่ายทอดองค์ความรู้กลางให้แก่หน่วยงานในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นพี่เลี้ยงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไอทีอป

2. การพัฒนากลไกการทำงานร่วมกับจังหวัด เพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ไอทีอป รวมทั้งรับทราบปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ สามารถจัดกลุ่มปัญหา

แนวทางแก้ไขและเชื่อมโยงความเชี่ยวชาญของหน่วยงานภายในกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และผู้เชี่ยวชาญภายนอกกระทรวง เพื่อร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไอทีอปผ่านกลไกประชารัฐ และ 3.การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ฯ ให้ผู้ประกอบการ ตามแนวทางแรกๆ ได้มีการรวบรวมไว้อย่างเป็นระบบ ผ่านคลินิกเทคโนโลยีและหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญภายในกระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ และผู้เชี่ยวชาญภายนอกในด้านอื่นๆ เช่น บริหารประเทศรัฐวิสาหกิจ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ผู้เชี่ยวชาญด้านแผนธุรกิจ และการบริหารจัดการธุรกิจ เป็นต้น

"เราตั้งเป้าให้การสนับสนุนในลักษณะกลุ่มๆ ละ ไม่น้อยกว่า 15 ราย จำนวน 1,000 กลุ่ม ใน 10 จังหวัดเป้าหมาย โดยมีงบประมาณต่อกลุ่ม รวม

150 ล้านบาท ไม่รวมงบดำเนินการอื่นๆ"

หนุนต่อยอดแบบยั่งยืน

ด้าน กัทรวัตติ วงษ์วาศ นักวิจัยจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยนครพนม กล่าวว่า มหาวิทยาลัยดูแลใน 2 จังหวัดคือ นครพนมและกาฬสินธุ์ เป้าหมายผู้ประกอบการ 260 ราย ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ในการเพิ่มกำลังผลิตเพื่อขยายตลาดในเชิงพาณิชย์ รวมถึงความรู้ในเรื่องอาหารปลอดภัยและมาตรฐานการผลิต

ส่วนกิจกรรมการสนับสนุนจะมุ่งที่ผลิตภัณฑ์ไฮไลต์ของแต่ละจังหวัด เช่น กาฬสินธุ์ก็จะมุ่งที่ใส่กรอบปลาจากฟอสฟอรัส และปลาร้า ขณะที่นครพนมมีเหล้าอูเรอู ปลาสาม และกะละแมโบราณ

"เบื้องต้นพบว่า ผู้ประกอบการสนใจที่จะเข้าร่วมในโครงการฯ เพราะต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์เพื่อทำตลาดที่ใหญ่ขึ้น บางกลุ่มมีผู้ประกอบการรุ่นลูกที่หันกลับมาสืบทอดในครัวเรือนกัน จึงกระตือรือร้นที่จะต่อยอดผลิตภัณฑ์ไอทีอปอย่างมาก" กัทรวัตติ กล่าว

บรรณนิสา ทิพย์วิชัย ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจนวัตกรรม ศูนย์นวัตกรรมอาหารและบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กล่าวว่า ม.เชียงใหม่รับดูแล 3 จังหวัดคือ ตาก แม่ฮ่องสอน และน่าน รวม 110 กลุ่มผู้ประกอบการ พบปัญหาหลักคือ ไม่มีตลาด ไม่มีระบบมาตรฐานและขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จึงวางแผนสนับสนุน 2 ส่วนหลักคือ การหาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เพื่อทำการพัฒนา และการตลาดซึ่งจะขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้ประกอบการ