

**องค์ความรู้จากกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในโครงการเสวนาเครือข่ายการจัดการความรู้ระหว่างมหาวิทยาลัย ครั้งที่ 33 (1/2560)**

เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกเครือข่ายทั้ง 6 สถาบัน ซึ่งแบ่งเป็น 4 กลุ่มย่อยได้แก่

**กลุ่มที่ 1** กลุ่มผู้บริหารด้านงานวิจัยสถาบันสมาชิก

แลกเปลี่ยนในหัวข้อ “การขับเคลื่อนงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์” โดยแสวงหาแนวทางการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจาก ผู้ใช้ความรู้เป็นผู้สร้างความรู้ /การสร้างภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) และการแสวงหาองค์ความรู้จากภาคธุรกิจ

**กลุ่มที่ 2** กลุ่มนักวิจัย สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ

**กลุ่มที่ 3** กลุ่มนักวิจัย สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

**กลุ่มที่ 4** กลุ่มนักวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

แลกเปลี่ยนในหัวข้อ “เทคนิค วิธีการ การสร้างงานวิจัยเชิงพาณิชย์และการเพิ่มมูลค่างานวิจัย”

กระบวนการ/เครื่องมือสนับสนุน	ปัจจัยสนับสนุน	สัมฤทธิ์ผล
<b>กลุ่มที่ 1</b> กลุ่มผู้บริหารด้านงานวิจัยสถาบันสมาชิก แลกเปลี่ยนในหัวข้อ “การขับเคลื่อนงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์”		
<b>3 ประเด็นสำคัญที่ผู้บริหารต้องคำนึงถึง</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. People Desire เป็นที่ต้องการของใคร</li> <li>2. Technology Feasibility มันทำได้จริงหรือไม่</li> <li>3. Business Feasibility มันเป็นที่ต้องการของภาคเอกชน</li> </ol>		
<b>1. การได้มาซึ่งโจทย์วิจัย</b> <u>Focus on strength</u> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Focus and develop from strength of each university. พุ่งไปที่และพัฒนาจากความเข้มแข็งของแต่ละมหาวิทยาลัย</li> <li>2. Management the whole supply chain of technology development. การจัดการโซ่อุปทานของการพัฒนาเทคโนโลยี</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identify – ค้นหา นักวิจัยที่มีความสนใจงานเชิงพาณิชย์ ซึ่งอาจจะมีน้อยกว่า 10%</li> </ol>	

กระบวนการ/เครื่องมือสนับสนุน	ปัจจัยสนับสนุน	สัมฤทธิ์ผล
<p><b>2. วิธีการที่จะได้งานวิจัย</b></p> <p><u>Process กระบวนการ</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Build Partnership i.e. Industrials, alumni, entrepreneurs, Science Parks, etc. สร้างคู่มือความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม ศิษย์เก่า ผู้ประกอบการ อุทยานวิทยาศาสตร์ เป็นต้น</li> <li>Awareness of Innovation challenges ความตระหนักถึงความท้าทายของนวัตกรรม</li> <li>Lead by examples</li> <li>Support team for researcher to meet PMS พัฒนาทีมสนับสนุนการประสานงานวิจัยต่อยอดเชิงพาณิชย์โดยสามารถนำไปประเมินเป็นผลการปฏิบัติงานได้</li> <li>Identify potential researchers (with Entrepreneurial mindset) ค้นหานักวิจัยที่มีศักยภาพ (ที่มีทัศนคติเป็นผู้ประกอบการ)</li> <li>Profit is not the goal, new ventures are the goal! กำไรไม่ใช่เป้าหมาย การร่วมทุนใหม่คือเป้าหมาย</li> <li>Balance between Basic vs Applied Researches. มีความสมดุลระหว่างงานวิจัยพื้นฐานและเชิงประยุกต์</li> <li>Both Industrial driven and University Technology Push. มีแรงสนับสนุนทั้งจากภาคอุตสาหกรรมและมหาวิทยาลัย</li> </ol> <p><u>Incentive การสร้างแรงจูงใจ</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Funding to support Technology transfer เงินทุนเพื่อสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยี</li> <li>Flexibility on Performance management system (PMS) ความยืดหยุ่นของระบบการบริหารจัดการศักยภาพในการทำงาน</li> <li>R&amp;D work/ Technical papers for industry vs Research publications.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>การขับเคลื่อนงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ผ่าน SCI Park –อุทยานวิทยาศาสตร์</li> <li>มีหน่วยงานที่มี Function – หน้าที่เฉพาะ เช่น Clinical Trial Center</li> <li>มีหน่วยงาน เพื่อ Screen – คัดเลือก ผลงาน ก่อนนำเสนอแก่ภาคเอกชน</li> <li>กระบวนการ Matching – การจับคู่กับภาคเอกชน <ol style="list-style-type: none"> <li>การออกงาน</li> <li>การประชุมร่วมกันในฐานะคณะกรรมการ</li> </ol> </li> <li>สร้าง Business Partner – คู่มือความร่วมมือทางธุรกิจ กับภาคเอกชน และเครือข่ายมหาวิทยาลัย</li> <li>ปรับวิธีทำงานเป็น Negotiator – ผู้ประสานงาน/ต่อรอง</li> <li>Individual Approach- วิธีการเข้าถึงรายตัว Case by Case เป็นรายกรณีไป Approach เข้าหา นักวิจัยรุ่นใหม่ และปรับ Mind Set – ทัศนคติ สิ่งที่มีอยู่ในหัว ของนักวิจัย</li> <li>จัดตั้งกองทุนเพื่อการลงทุน</li> <li>Efficient Communication การสื่อสารระหว่างไตรภาคี ต้องมีประสิทธิภาพ</li> <li>เรียนรู้การทำงานจากแนวปฏิบัติหลัก ๆ ที่ประสบความสำเร็จ</li> <li>สร้างแรงบันดาลใจด้วย Famous Inventor นักประดิษฐ์ ที่มีชื่อเสียง ระดับประเทศ/ระดับโลก</li> <li>สร้าง Feasibility ความเป็นไปได้ ของงานวิจัยก่อน Approach เข้าหาภาคเอกชน</li> <li>มี Flexibility ความยืดหยุ่น/คล่องแคล่ว/ความพลิกแพลง ในการทำงาน ทำงานได้ทุกเวลาที่นักวิจัย/เอกชนว่างตรงกัน</li> </ol>	

กระบวนการ/เครื่องมือสนับสนุน	ปัจจัยสนับสนุน	สัมฤทธิ์ผล
<p>งานวิจัยและพัฒนา/ ข้อมูลทางเทคนิคของอุตสาหกรรม ต่อ การตีพิมพ์ผลงานวิจัย</p> <p><u>staff บุคลากร</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Build TTO/TLO and Research Management teams with professional competency สร้างหน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และ ทีมงานจัดการวิจัยที่เป็นมืออาชีพ <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Technology/innovation management การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม</li> <li>1.2 Interpersonal skills: communication/negotiation. ทักษะด้านการสื่อสาร : การสื่อสาร/การเจรจาต่อรอง</li> <li>1.3 Business skills, business opportunity, feasibility. ทักษะทางธุรกิจ โอกาสทางธุรกิจ ความน่าจะเป็น</li> </ol> </li> <li>2. Small team of experts. University needs to provide attractive compensation. ทีมผู้เชี่ยวชาญเล็กๆ มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องให้ค่าตอบแทนที่ดึงดูดใจ</li> <li>3. Distributed teams Not centralized, but to faculties level การกระจายทีมออกไปสู่ระดับคณะ</li> <li>4. Small percentages of researchers are interested in research commercialization, focus on the small groups who are interested and capable. นักวิจัยส่วนน้อยที่สนใจการวิจัยเชิงพาณิชย์ ให้มุ่งไปที่กลุ่มเล็กๆที่มีความสนใจและมีศักยภาพ</li> <li>5. Focus on supporting staff development (not professors /researchers). เน้นที่การพัฒนาบุคลากรสนับสนุน (ไม่ใช่ศาสตราจารย์/นักวิจัย)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>14. สร้าง Innovation manager – ผู้จัดการนวัตกรรม</li> <li>15. ทีมงานระดับคณะ (อาทิ กรรมการวิจัยระดับคณะ) สามารถ Screen งานวิจัยที่มีศักยภาพได้</li> <li>16. สร้าง Supporting Staff – บุคลากรฝ่ายสนับสนุนที่มีความสามารถทำงานร่วมกับนักวิจัยและเอกชน</li> </ol>	

กระบวนการ/เครื่องมือสนับสนุน	ปัจจัยสนับสนุน	สัมฤทธิ์ผล
<p><u>Standards มาตรฐาน</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Regulation driven R&amp;D ข้อบังคับที่จะผลักดันการวิจัยและพัฒนา</li> <li>2. Support team to meet regulation requirements. สนับสนุนให้ทีมไปถึงสิ่งที่ข้อบังคับได้ตั้งไว้</li> <li>3. Start invest in area of industrial standard development. เริ่มต้นลงทุนในพื้นที่ของการพัฒนาอุตสาหกรรมมาตรฐาน</li> <li>4. Build people to be standard/regulation experts. สร้างคนให้เป็นผู้เชี่ยวชาญที่ได้มาตรฐาน</li> <li>5. Partners with experts in regulatory/standards. คู่ความร่วมมือที่เชี่ยวชาญด้านมาตรฐานและกฎระเบียบ</li> </ol>		
<p><b>3. การถ่ายทอดสู่เชิงพาณิชย์</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Close the gaps in the whole flow / supply chain of tech development. ปิดช่องว่างในการเคลื่อนที่/โซ่อุปทานของการพัฒนาเทคโนโลยี</li> </ol>		
<p><b>* ข้อสังเกต 1. บทบาทของ Facilitator กับบทบาทของประธานมีความสับสนกันอยู่ในด้านบทบาทหน้าที่</b></p> <p><b>2. Note taker ไม่สามารถพิมพ์ technical term เป็นภาษาอังกฤษได้</b></p>		

กระบวนการ/เครื่องมือสนับสนุน	ปัจจัยสนับสนุน	สัมฤทธิ์ผล
<p>กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักวิจัย สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ</p> <p>แลกเปลี่ยนในหัวข้อ “เทคนิค วิธีการ การสร้างงานวิจัยเชิงพาณิชย์และการเพิ่มมูลค่างานวิจัย”</p>		
<p>1. การได้มาซึ่งโจทย์วิจัย</p> <p>1.1 สำรวจ ปัญหาและความต้องการชุมชน, Market, วิชาชีพ, ปัญหาของประเทศ</p> <p>1.2 ความสนใจของนักวิจัย, นักวิชาการ</p> <p>1.3 จากบริษัท, ผู้ประกอบการ</p>	<p>1. หน่วยงานให้การสนับสนุนนักวิจัยหรือบุคลากร ในการพัฒนา งานสร้าง Innovation เพื่อแก้ปัญหา จากการปฏิบัติงานประจำ</p> <p>2. หน่วยงานมีงบประมาณสนับสนุนเพื่อนำผลงาน ที่พัฒนาขึ้นไป แสดง นำเสนอ และประกวดในเวทีต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้าง การรับรู้กับผู้สนใจ</p> <p>3. ผู้วิจัยมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าทุกงานวิจัยจะต้องมี การสร้าง นวัตกรรม</p> <p>4. ผู้วิจัยมีความสนใจและต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไป ต่อยอดได้ในเชิงพาณิชย์</p> <p>5. ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยที่ตอบโจทย์ความต้องการ ของผู้ประกอบการ</p> <p>6. ผู้วิจัยมีการสำรวจความต้องการของตลาด และดูแนวโน้ม ของความเป็นไปได้ในการแข่งขัน</p>	
<p>2. วิธีการที่จะได้งานวิจัย (Increase)</p> <p>1.1 กำหนดนโยบายที่ชัดเจน</p> <p>1.2 สร้างแรงจูงใจ (Recognition, Money, โอกาสเสนอผลงานที่ ต่างประเทศ)</p> <p>1.3 สร้างบรรยากาศ (Innovation Spark)</p> <p>1.4 สร้างโอกาส</p> <p>1.5 สร้าง Team Work, เครือข่าย</p>	<p>1. มีการบูรณาการงานวิจัยเข้ากับรายวิชาในการเรียนการสอน ของนักศึกษา จึงสามารถนำนักศึกษาไปลงพื้นที่ได้</p> <p>2. นักศึกษาที่เข้ามาในโครงการมีความสามารถในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ มีความสามารถในการร่างสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร</p> <p>3. มีเวทีให้นักสร้างนวัตกรรมนำผลงานมาแสดงเพื่อเป็นการสร้าง การรับรู้ และทำการคัดเลือกเพื่อนำไปต่อยอดต่อไป</p>	

กระบวนการ/เครื่องมือสนับสนุน	ปัจจัยสนับสนุน	สัมฤทธิ์ผล
	4. มีการสร้างเครือข่ายหรือหน่วยงานที่สามารถสนับสนุนให้เกิดผลิตภัณฑ์ได้ 5. มีการสร้างบรรยากาศเพื่อสนับสนุนให้มีการสร้างผลงานหรือผลิตภัณฑ์ 6. มีการทำงานเป็นทีมเพื่อช่วยส่งเสริมความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	
<b>3. การถ่ายทอดสู่เชิงพาณิชย์</b> 1.1 ผ่าน Incubator Unit, SCI Park, TLO (หน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญา) 1.2 สร้างการรับรู้ผลงานวิจัย, การเผยแพร่ตีพิมพ์ (Publication) 1.3 สร้างการรับรู้ตัวนักวิจัย 1.4 Conference Press สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้กับสื่อมวลชน 1.5 Application (App) ต่างๆ ในมือถือ 1.6 Show Room ผลงานวิจัย	1. ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามี TLO ที่ชัดเจน	1. ได้ขายสิทธิบัตรให้กับโรงงานเอกชนเพื่อนำกระบวนการไปใช้ในการผลิต 2. ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการในการนำไปผลิตจำหน่ายเชิงพาณิชย์ จากการนำเสนอผลงานการเข้าร่วมการประชุมนวัตกรรมในเวทีต่าง ๆ จึงทำให้เป็นที่รับรู้ของสังคม 3. ผลงานได้รับการจดสิทธิบัตร 4. ผลงานได้รับรางวัลจากการประกวดทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ 5. มีผู้ผลิตทั้งในและต่างประเทศมาติดต่อให้พัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ 6. มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเองและส่งขายให้กับตัวแทนจำหน่าย
<b>* ข้อสังเกต 1. Facilitator ทำหน้าที่ได้น้อยมากเพราะ สมาชิกในกลุ่มเข้าใจได้ดี สามารถบรรยายและถ่ายทอดได้เป็นระบบ ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำไปยังปลายน้ำ</b>		

กระบวนการ/เครื่องมือสนับสนุน	ปัจจัยสนับสนุน	สัมฤทธิ์ผล
<b>กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักวิจัย สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี</b> แลกเปลี่ยนในหัวข้อ “เทคนิค วิธีการ การสร้างงานวิจัยเชิงพาณิชย์และการเพิ่มมูลค่างานวิจัย”		
<b>1. การได้มาซึ่งโจทย์วิจัย</b> 1. จากความต้องการของชุมชน วิสาหกิจชุมชน บริษัทเอกชน และหน่วยงานราชการ ที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ 2. จากความต้องการของตลาด ทิศทาง หรือ การเปิดตลาดใหม่	1. การค้นหาความไม่มีประสิทธิภาพ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์เดิมในตลาด	1. คุณภาพและประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์นวัตกรรม เครื่องมือ อุปกรณ์
<b>2. วิธีการที่จะได้งานวิจัย (Increase)</b> 1. สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างผลงานวิจัย และมีความสุขกับการช่วยเหลือแก้ไขปัญหาของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง 2. เป้าหมายในการสร้างงานวิจัยต้องมีความชัดเจน ทั้งด้านนวัตกรรม นักศึกษา งานวิจัย การช่วยคน และการต่อยอด 3. ผู้ที่เกี่ยวข้องในการสร้างผลงานวิจัยต้องได้ผลประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย	1. ทีมงาน ประกอบด้วย ผู้วิจัยที่หลากหลายศาสตร์ และนักศึกษา 2. การสนับสนุนจากหน่วยงาน นโยบายจากต้นสังกัด 3. ความสามารถของผู้วิจัย ประสบการณ์ในการวิจัย 4. ความตั้งใจและ แรงบันดาลใจในการแก้ไขปัญหาของนักวิจัย 5. ทุนสนับสนุนและโอกาสของนักวิจัย 6. การสร้างบรรยากาศการแข่งขันเพื่อผลักดันงานวิจัย 7. วัตถุประสงค์ที่เข้าร่วมกับนวัตกรรมต้องหาซื้อขายในพื้นที่ 8. ต้องมีการนำผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปทดลองใช้จริง	
<b>3. การถ่ายทอดสู่เชิงพาณิชย์</b> 1. สร้าง R&D เพื่อให้เกิดการต่อยอดงานวิจัยที่ยั่งยืน 2. มีการสะสมฐานลูกค้า เพื่อให้คนต่อยอดมีตลาด และเกิดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์	1. การสร้างแบรนด์หรือมีผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการจดสิทธิบัตร/ลิขสิทธิ์ จะสร้างความน่าเชื่อถือ และสามารถต่อยอดไปสู่เชิงพาณิชย์ได้ 2. ความสามารถในการต่อยอดการวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ 3. ผลิตภัณฑ์ที่ได้ต้องมีต้นทุนที่ถูกกว่าคู่แข่ง แต่หากมีต้นทุนที่แพงกว่า ควรมีปัจจัยอื่นมาช่วยเพิ่ม Value – คุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์	1. นวัตกรรมสามารถใช้ได้ผลในพื้นที่ 2. มีการตั้งบริษัทเพื่อผลิตสินค้าและจำหน่ายสินค้าระหว่างนักวิจัย 3. ผลงานได้รับการจดสิทธิบัตร

กระบวนการ/เครื่องมือสนับสนุน	ปัจจัยสนับสนุน	สัมฤทธิ์ผล
<b>กลุ่มที่ 4 กลุ่มนักวิจัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์</b> แลกเปลี่ยนในหัวข้อ “เทคนิค วิธีการ การสร้างงานวิจัยเชิงพาณิชย์และการเพิ่มมูลค่างานวิจัย”		
<b>1. การได้มาซึ่งโจทย์วิจัย</b> 1. การค้นหาโจทย์วิจัยจากอุตสาหกรรมเชิงเกษตร เช่น เบทาโกร มิตรผล แล้วร่วมแก้ไขปัญหาเพื่อให้ผลงานสามารถแก้ไขปัญหาให้กับบริษัทได้	1. Insight ต้องรู้จัก เข้าใจ อย่างลึกซึ้ง 1.1 Population – ประชากร 1.2 User – ผู้ใช้	
<b>2. วิธีการที่จะได้งานวิจัย (Increase)</b> 1. การนำศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น มารื้อฟื้นพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ โดยใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุน จากความร่วมมือระหว่าง มหาวิทยาลัย นักศึกษา ชุมชน และหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง 2. การใช้องค์ความรู้ทางการบริหารธุรกิจและการตลาด ร่วมกับ คณะวิชาชีพ ต่าง ๆ อาทิ เกษษศาสตร์ เกษตรศาสตร์ สหเวชศาสตร์ ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์สู่ตลาด 3. การร่วมงานกับภาคเอกชน ในการพัฒนาธุรกิจ ในด้านการบริการ และการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การเป็นที่ปรึกษาให้กับ โรงพยาบาล เอกชน แล้วนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้มาพัฒนาการเรียนการสอนและการวิจัย 4. การบูรณาการความรู้ทางการจัดการภัยพิบัติ ทำงานวิจัยเกี่ยวกับ สร้างการเตรียมความพร้อมให้ประชาชน ชุมชน และเอกชน ในการรับ ภัยพิบัติ หรือในสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้ต่อเนื่อง, การ ประยุกต์ใช้ความรู้และประสบการณ์ร่วมกันของหลากหลายสาขา เช่น การ สนับสนุนผลิตภัณฑ์ข้าวสังข์หยด ของเกษตรกร โดยให้นักศึกษา และชุมชน ได้ร่วมกันคิด ออกแบบ และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของตนเอง	1. Matching 1.1 งานวิจัยต้องมีความเป็นไปได้ทางธุรกิจ (Feasibility) ความน่าจะเป็น ความเป็นไปได้ 1.2 ความต้องการของผู้ใช้ผลงานวิจัย (Need) 1.3 ทักษะ ความรู้ ของนักวิจัย (Skill) 1.4 ความต่อเนื่องในการพัฒนาต่อยอดงานวิจัย (Continuous) 2. Participation – การมีส่วนร่วม ของทุกภาคส่วน เช่น ประชากร หน่วยธุรกิจภาครัฐหรือเอกชนที่จะนำผลงานวิจัยไป ใช้ประโยชน์ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของนิสิต/นักศึกษาในการทำงานวิจัย 3. Inspiration – แรงบันดาลใจ ของนักวิจัย 4. Integration งานวิจัยต้องสามารถบูรณาการทุกเรื่องเข้าด้วยกัน กับการทำวิจัยได้ 4.1 การวิจัย + การเรียน 4.2 บริการวิชาการ 4.3 บริการสังคม	
<b>3. การถ่ายทอดสู่เชิงพาณิชย์</b> 1. การนำประวัติศาสตร์ทางวรรณคดีมาพัฒนาชุมชน เช่น การนำนิราศมา บูรณาการกับของฝาก มีเรื่องเล่าผ่านเทคโนโลยี QR-Code ติดไว้ที่ผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรม และ SME ท้องถิ่น, การตามเสด็จเกาะช้าง ของ ร.5 ประยุกต์ให้เกิดเป็นประเพณีท้องถิ่น Invention Trading สร้าง มูลค่าทางการท่องเที่ยว	1. Utilization – การนำไปใช้ งานวิจัยต้องสามารถสร้างประโยชน์ ได้	1. Value-added – การเพิ่มมูลค่า งานวิจัยต้องเกิด มูลค่าเพิ่ม

