

แบบฟอร์มข้อเสนอชุดโครงการ

โครงการพันธกิจสัมพันธ์ตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อชุดโครงการฯ	โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นจังหวัดอุดรดิตถ์
ภายใต้โครงการหลัก	โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นเพื่อขยายตลาดภูมิปัญญา (University as a Marketplace)
โครงการย่อยภายใต้ชุดโครงการ	โครงการย่อยที่ 1 การพัฒนารูปแบบธุรกิจและพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ เซรามิกสกัดจากเปลือกกลางสาด
	โครงการย่อยที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวนเสริมพรีเมียมไอติก ไม่น้ำตาล และ พัฒนาศูนย์การเรียนรู้และสื่อประชาสัมพันธ์
	โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์กล้วยอบสอดไส้
	โครงการย่อยที่ 4 การจัดทำแผนธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์กัมมีมะม่วงเพื่อการ จำหน่ายเชิงพาณิชย์
	โครงการย่อยที่ 5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้ เพื่อการ จำหน่ายเชิงพาณิชย์ และพัฒนานวัตกรรมการตลาด
พื้นที่ดำเนินการ/ สถานที่ดำเนินการ	จังหวัดอุดรดิตถ์
ลักษณะโครงการ	☒ โครงการต่อเนื่อง ☐ โครงการใหม่

คณะทำงานชุดโครงการ			
ชื่อ - สกุล	คณะ	ความเชี่ยวชาญ	ตำแหน่งในชุดโครงการ
1. ผศ.ศรีไพร สุกุลพันธ์	วิทยาการจัดการ	บริหารธุรกิจ การตลาดออนไลน์ และคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ	หัวหน้าโครงการ
2. ผศ.ดร.ไสยเพ็ญ เจริญ	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	เครื่องปั้นดินเผา น้ำเคลือบเซรามิก ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้าน	คณะทำงาน
3. อาจารย์ ดร.วรพรรณ รัตนทรงธรรม	วิทยาการจัดการ	การบัญชีต้นทุน บัญชีการเงิน การจัดการการเงิน และภาษี	คณะทำงาน
4. อาจารย์ตุลาพร จันทร์กวี	วิทยาการจัดการ	บัญชีการเงิน บัญชีบริหาร การวางแผนและควบคุมกำไร	คณะทำงาน
5. อาจารย์ ดร.กัลยรัตน์ คำพรม	วิทยาการจัดการ	ผู้ประกอบการดิจิทัล จริยธรรมทางธุรกิจ	คณะทำงาน

คณะกรรมการชุดโครงการ			
ชื่อ - สกุล	คณะ	ความเชี่ยวชาญ	ตำแหน่งในชุดโครงการ
		ดิจิทัล การจัดการระบบสารสนเทศทางธุรกิจ	
6. ผศ.ธิดารัตน์ เหมือนเดชา	วิทยาการจัดการ	การสร้างประสบการณ์ลูกค้า การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจบริการ การจัดการที่פקแรม	คณะกรรมการ
7. อาจารย์ชนิกานต์ อ้วนนันท์	วิทยาการจัดการ	การตลาดดิจิทัล การบริหารลูกค้า	คณะกรรมการ
8. อาจารย์ ดร.วันธนา สานุสิทธิ์	วิทยาการจัดการ	การบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ	คณะกรรมการ
9. อาจารย์สิทธิพร พรอุดมทรัพย์	วิทยาการจัดการ	การตลาดดิจิทัล การพัฒนาแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่	คณะกรรมการ
10.อาจารย์ ดร.กุลยา อุปพงษ์	วิทยาการจัดการ	การตลาดดิจิทัลและบริหารธุรกิจ	คณะกรรมการ
11.ผศ.ดร.ศิริกาญจน์ ธรรมยัตติวงศ์	วิทยาการจัดการ	การสื่อสารองค์กร การสื่อสารธุรกิจเพื่อสังคม	คณะกรรมการ
12.อาจารย์ ดร.ศิริกานดา แหยมคง	วิทยาการจัดการ	การจัดการธุรกิจสมัยใหม่ การจัดการการท่องเที่ยว	คณะกรรมการ
13.อาจารย์วิไลวรรณ ศรีหาคา	วิทยาการจัดการ	การบัญชี และการวิเคราะห์ต้นทุน	คณะกรรมการ
14.อาจารย์สมเกียรติ จิระวงศ์เสถียร	วิทยาการจัดการ	การจัดการการตลาด การตลาดออนไลน์ และการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย	คณะกรรมการ
15.ผศ.ดร.กิงดาว จินดาเทวิน	วิทยาการจัดการ	การจัดการบริหารธุรกิจ	คณะกรรมการ
16.อาจารย์ ดร.สุัญชลี อันไชยะ	วิทยาการจัดการ	การจัดการธุรกิจ และบริหารธุรกิจ	คณะกรรมการ
17.อาจารย์อุษณีย์ มากประยูร	วิทยาการจัดการ	การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้เทคโนโลยี การสื่อสาร การเป็นพิธีกรและผู้ดำเนินรายการ	คณะกรรมการ
18.อาจารย์ ดร.ธัญญา จันทร์ตรง	วิทยาการจัดการ	การพูดเพื่อการสื่อสาร การเป็นพิธีกร การสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์ การนำเสนออย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาบุคลิกภาพ การเขียนในงานนิเทศศาสตร์ การใช้ภาษา Key Message การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์	คณะกรรมการ
19.อาจารย์ ดร.รติ ธนารักษ์	วิทยาการจัดการ	การรู้เท่าทันสื่อ และดิจิทัล ทักษะทางดิจิทัล การจัดการการสื่อสาร การกำกับดูแลสื่อ การเล่าเรื่องข้ามสื่อ	คณะกรรมการ
20.อาจารย์จักภพ พานิช	วิทยาการจัดการ	การออกแบบกราฟิก การผลิตสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การถ่ายภาพ การถ่ายภาพในสตูดิโอ การทำ infographic	คณะกรรมการ
21.อาจารย์ ดร.พลอยชมพู เขาวนปรีชา	วิทยาการจัดการ	การจัดการการสื่อสาร การสร้างภาพลักษณ์ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน เทคนิคการสร้างสื่อบทละครโทรทัศน์ เทคนิคการ	คณะกรรมการ

คณะกรรมการชุดโครงการ			
ชื่อ - สกุล	คณะ	ความเชี่ยวชาญ	ตำแหน่งในชุดโครงการ
		วิเคราะห์ การเล่าเรื่องในภาพยนตร์ เทคนิคการสื่อสารเชิงวิเคราะห์	
22.ผศ.ดร.ปัญญिता ชัยสนิทธิ	วิทยาการจัดการ	การวิจัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การจัดการศึกษาเชิงบูรณาการการทำงานกับพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น	คณะกรรมการ
23.อาจารย์ ดร.ธนเทพ สุดแสง	วิทยาการจัดการ	กฎหมายในงานนิเทศศาสตร์ การผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ การผลิตสื่อดิจิทัล	คณะกรรมการ
24. อาจารย์เรือนขวัญ หุ่นเรืองใจ	เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	การออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ เสื้อผ้าแฟชั่น สื่อและการออกแบบสื่อ	คณะกรรมการ
25. อาจารย์อุสม่า พันไพศาล	เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	การออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการออกแบบสื่อ	คณะกรรมการ
26. ผศ.ปิยวรรณ ปาลาศ	เกษตรศาสตร์	วิศวกรรมกระบวนการอาหาร การจัดทำระบบมาตรฐานการผลิตอาหาร	คณะกรรมการ
27. อาจารย์วรรณกนก เชื้อนสุข	เกษตรศาสตร์	อาหาร การถนอมอาหารและการแปรรูป	คณะกรรมการ
28. อาจารย์ ดร.วิภา ประพินอักษร	เกษตรศาสตร์	การแปรรูปอาหาร ระบบมาตรฐานอาหาร และการแปรรูปผลิตภัณฑ์	คณะกรรมการ
29. อาจารย์ดรุณี นาคเสวี	เกษตรศาสตร์	การตรวจวิเคราะห์คุณภาพอาหารทางเคมี ระบบมาตรฐานอาหารและการแปรรูปอาหาร	คณะกรรมการ
30. อาจารย์ ดร.นันทา เป้งเนตร์	เกษตรศาสตร์	การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ระบบมาตรฐานอาหาร และจุลชีววิทยาทางอาหาร	คณะกรรมการ

ส่วนที่ 2 รายละเอียดชุดโครงการฯ

1. เหตุผลความจำเป็น

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ตามเป้าหมายยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันบนแนวคิด “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การเกษตรสร้างมูลค่า ทั้งในส่วนของเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาเป็นผลิตภัณฑ์การเกษตร เกษตรปลอดภัย เกษตรแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตรพรีเมียม รวมถึงเกษตรอัจฉริยะ ที่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ในการลดความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนและระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ โครงสร้างเศรษฐกิจปรับสู่เศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่และเป็นสังคมผู้ประกอบการและมีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการ

สร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ รวมทั้งมีระบบการผลิตและให้บริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และเศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพและมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579 (แผนปฏิบัติการขับเคลื่อนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2562-2565) ดังนั้น การนำองค์ความรู้จากภาควิชาการมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ และปรับเปลี่ยนการผลิตให้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ด้วยเทคโนโลยี/นวัตกรรม จะทำให้เกษตรกร กลุ่มอาชีพหรือผู้ประกอบการหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง จะส่งผลต่อการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาดมากขึ้น

ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ปีงบประมาณ พ.ศ.2565-2569 มหาวิทยาลัยจะดำเนินงานภายใต้ปรัชญาการเป็น “มหาวิทยาลัยเพื่อการศึกษาและพัฒนาชุมชนท้องถิ่น” การดำเนินงานในรูปแบบบูรณาการพันธกิจการเรียนการสอน การวิจัยและบริการวิชาการ ทำงานแบบมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย ชุมชนและภาควิชาการ นำประเด็นปัญหาและความต้องการของชุมชนท้องถิ่นเป็นโจทย์ในการแก้ปัญหาหรือพัฒนาร่วมกับการใช้องค์ความรู้ วิจัยสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยใช้บุคลากรที่เชี่ยวชาญหลากหลายสาขาและสามารถบูรณาการข้ามศาสตร์เพื่อแก้ปัญหาที่ซับซ้อนของชุมชนและสังคมได้ครอบคลุมทุกมิติ และเกิดประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้ชุมชนเข้มแข็งและสามารถพัฒนาแบบพึ่งตนเองได้ในที่สุด ตามวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย “มหาวิทยาลัยพันธกิจสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ สร้างคุณค่าเพื่อพัฒนาท้องถิ่น” ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาพันธกิจหลักเพื่อขับเคลื่อนสู่การเป็นพันธกิจสัมพันธ์ โดยเป้าประสงค์หลัก คือ การผลิตบัณฑิตและยกระดับคุณภาพการศึกษาการพัฒนา ด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา ด้านการพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของประเทศ ด้านการพัฒนางานวิจัย เทคโนโลยีและนวัตกรรม ด้านการบริการวิชาการและศิลปวัฒนธรรมและโครงการอื่นเนื่องมาจากพระราชดำริ (แผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์. 2564)

ความสอดคล้องของยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์หลัก 2.1 การผลิตบัณฑิตและยกระดับคุณภาพการศึกษา ตอบเป้าประสงค์ย่อยที่ 4 การสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สู่การศึกษา 4.0 ในสภาวะการณ์หลังโควิด-19 เป้าประสงค์หลัก 2.3 ด้านการพัฒนางานวิจัย เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตอบเป้าประสงค์ย่อยที่ 3 ผลงานวิจัยที่ตอบสนองการพัฒนาท้องถิ่นในทุกด้าน เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการศึกษา และเป้าประสงค์ย่อยที่ 4 ผลงานวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น และเป้าประสงค์หลัก 2.4 การบริการวิชาการ ศิลปวัฒนธรรม และโครงการอื่นเนื่องมาจากพระราชดำริ ตอบเป้าประสงค์ย่อยที่ 1 ประชาชนในท้องถิ่นมีความรู้ทางวิชาการที่สามารถนำประยุกต์ใช้กับการใช้ชีวิต ประเด็นของผู้ประกอบการท้องถิ่น (Local Enterprise) ที่มีขีดความสามารถในการประกอบการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัด ที่ได้ดำเนินการตามนโยบายและแนวทางการขับเคลื่อนงานตามหลักพันธกิจสัมพันธ์ 4 ประการคือ ร่วมคิดร่วมทำแบบหุ้นส่วน เกิดประโยชน์ร่วมกันแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย มีการใช้ความรู้ร่วมกัน และเกิดผลกระทบต่องานที่ประเมินได้

จากผลการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2564 ได้ดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยการพัฒนายกระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างน้อย 10% ต่อผลิตภัณฑ์ แต่

ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมีปัญหาทั้งในส่วนของคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด ดังนั้นในปี 2565 จึงได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีการทดลองจำหน่ายในตลาดและเก็บข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค เพื่อการพัฒนาคุณภาพและยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าให้สามารถแข่งขันทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศได้ โดยคัดเลือกจากผลิตภัณฑ์ชุมชนในปี 2564 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพ ความพร้อมและสมัครใจที่จะดำเนินโครงการร่วมกับทางมหาวิทยาลัย และผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยกระดับกลุ่มดาวเด่นสู่สากล A มีคุณภาพสูง และผลิตได้จำนวนมากอย่างต่อเนื่อง มีตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ มีกำลังการผลิตที่รองรับการสั่งซื้อในปริมาณมากและมีศักยภาพในการส่งออกตลาดต่างประเทศได้ในระยะยาว จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวน พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวนเสริมพรีไบโอติก ไม่ใส่น้ำตาล ซึ่งได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสถานที่ผลิตอาหาร อย. ในปี 2564 และผู้ประกอบการต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ สำหรับขยายฐานกลุ่มลูกค้าใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market)

2. ผลิตภัณฑ์เซรั่มสารสกัดจากเปลือกกลางสาต เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาพัฒนาโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ต้องการพัฒนานวัตกรรมรูปแบบธุรกิจและแผนธุรกิจเพื่อการเปิดตลาดสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ที่สามารถสร้างการรับรู้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์

ผลิตภัณฑ์กลุ่มอนุรักษ์และสร้างคุณค่า (Quadrant B) จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้ เพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ และพัฒนานวัตกรรมสื่อสารการตลาด

และเพื่อเป็นการพัฒนาระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant C) ให้มีคุณภาพและศักยภาพทางการตลาดเพิ่มขึ้น ได้ทำการเลือกจำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์กัมมีมะม่วง พัฒนานวัตกรรมกระบวนการแปรรูปขั้นต้นเพื่อรักษาคุณภาพเนื้อมะม่วงก่อนการผลิตเชิงพาณิชย์ และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์กัมมีมะม่วง สำหรับส่งผลิตให้ได้คุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

2. ผลิตภัณฑ์กล้วยอบสอได้ เพื่อศึกษาอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการกล้วยอบสอได้ต่อ 1 หน่วยบริโภค ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถยกระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นดาวเด่นและเพื่อการแข่งขัน เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 ระดับ

การยกระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น จังหวัดอุดรดิตถ์ ดังแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 การยกระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น จังหวัดอุดรดิตถ์ ปีงบประมาณ 2565

ผลิตภัณฑ์		
กลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร		
1. บ้านบดอ้อยลับแล เลขที่ 77 ม.2 ต.แม่พูล อ.ลับแล จ.อุดรดิตถ์	ทุเรียนกวน เสริมพรีไบโอติก ไม่ใส่น้ำตาล	- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวนเสริมพรีไบโอติก ไม่ใส่น้ำตาล - ศึกษาอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์		
กลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
		- การทดสอบตลาด เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า - การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และสื่อประชาสัมพันธ์
2. วิสาหกิจชุมชนกล้วยพริกจากแม่เลขที่ 149 ต.วังกะพ้อ อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์	กล้วยอบสอได้	- การศึกษาอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ - การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการกล้วยอบสอได้ต่อ 1 หน่วยบริโภค - การทดสอบตลาด และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
3. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มมะม่วงคุณภาพพิชัย เลขที่ 28 หมู่ 9 บ้านคลองกล้วยเหนือ ต.ไร่้อย อ.พิชัย จ.อุตรดิตถ์	กัมมีมะม่วง	- การพัฒนาผลิตภัณฑ์กัมมีมะม่วงเชิงพาณิชย์ - การผลิตผลิตภัณฑ์กัมมีมะม่วงเชิงพาณิชย์ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ - การจัดทำแผนธุรกิจ - การทดสอบตลาด และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด
ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก		
4. วิสาหกิจชุมชนมาตีวนเกษตรอินทรีย์บ้านด่านนาขาม เลขที่ 38 หมู่ 8 ต.บ้านด่านนาขาม อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์	เซรามิกสกัดจากเปลือกกลางสาด	- การพัฒนารูปแบบธุรกิจและจัดทำแผนธุรกิจ - การผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกสกัดจากเปลือกกลางสาด เพื่อทดสอบตลาดและจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด - การพัฒนาบรรจุภัณฑ์
5. สมคิดเหล็กน้ำพี้ เลขที่ 23 ม.7 ต.น้ำพี้ อ.ทองแสนขัน จ.อุตรดิตถ์	ผลิตภัณฑ์จากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้	- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์จากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้ เชื่อมโยงงานศิลปะและความเชื่อเรื่องอำนาจศักดิ์สิทธิ์ - การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารการตลาด - การพัฒนาช่องทางการตลาดออฟไลน์และตลาดออนไลน์

2. วัตถุประสงค์ชุดโครงการฯ (Project Objective)

1. เพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์
2. เพื่อผลิตองค์ความรู้ งานวิจัย นวัตกรรมของอาจารย์หรือนักศึกษาที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนเป็นฐานในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น จำนวนไม่น้อยกว่า 5 องค์ความรู้
3. เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และยกระดับ จำนวน 1 อัตลักษณ์
4. เพื่อพัฒนานักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ละ 25 คน
5. เพื่อพัฒนาการจัดการศึกษารายวิชาในหลักสูตรที่มีการบูรณาการการเรียนการสอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น จำนวน 2 รายวิชาต่อผลิตภัณฑ์ หรือจำนวนไม่น้อยกว่า 10 รายวิชา
6. เพื่อพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น จำนวน 1 แห่ง
7. เพื่อพัฒนาผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและมีขีดความสามารถเพิ่มขึ้น จำนวน 5 กลุ่ม
8. เพื่อสร้างองค์ความรู้วิชาการในการส่งเสริมทรัพยากรพื้นถิ่น (Local Resources) ให้ได้รับการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าใหม่ (New Value Chain) และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 5 กลุ่ม

9. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการท้องถิ่น (Local Enterprise) ที่มีขีดความสามารถในการประกอบการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัด จำนวน 5 กลุ่ม

10. เพื่อผลิตงานวิจัยเชิงพาณิชย์เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม มีเครือข่ายความร่วมมือของการทำงานเชิงพื้นที่ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ผลงาน

3. ศาสตร์และองค์ความรู้ทางวิชาการที่นำมาใช้ในชุดโครงการฯ (ระบุศาสตร์ที่ใช้พร้อมอธิบายเชื่อมโยงการทำงานในกิจกรรม)

3.1 ศาสตร์ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

3.1.1 ศาสตร์ทางด้านวิศวกรรมกระบวนการอาหาร กระบวนการแปรรูปขั้นต้นเพื่อรักษาคุณภาพเนื้อมะม่วงก่อนการผลิตเชิงพาณิชย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการควบคุมคุณภาพอาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ การประเมินคุณภาพอาหาร หลักการวิเคราะห์อาหาร และการจัดทำระบบมาตรฐานการผลิตอาหาร โดยเกี่ยวกับมาตรฐานการผลิต ได้แก่ มาตรฐานอาหารและยา, มาตรฐาน GMP Codex การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร และเทคโนโลยีการแปรรูป ได้แก่ การอบแห้ง การแช่แข็ง การยืดอายุ การเก็บรักษาอาหาร

3.2 ศาสตร์ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก

3.2.1 ศาสตร์ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ สำหรับออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นไปตามความต้องการของตลาดและผู้ใช้

3.2.2 ศาสตร์ทางด้านทัศนศิลป์ แขนงประติมากรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางด้านศิลปะ สาขาทัศนศิลป์ แขนงศิลปะ จะต้องอาศัยความรู้ทางด้าน การออกแบบผลิตภัณฑ์ ขึ้นรูปประติมากรรม และวัสดุที่นำมาใช้ในการขึ้นรูป

3.3 ศาสตร์หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.3.1 โดยนำมาใช้เป็นแนวคิดในสร้างสรรค์ผลงาน การออกแบบ รูปร่าง โครงสร้าง กราฟิก บนบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสาร เล่าเรื่องความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์ ห่อหุ้ม หรือ ปกป้อง ผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ

3.5 ศาสตร์การบริหารจัดการทางธุรกิจ และนิเทศศาสตร์

3.5.1 การจัดการธุรกิจสมัยใหม่และการจัดทำแผนธุรกิจ สำหรับการดำเนินงานจะใช้องค์ความรู้ทางการบริหารธุรกิจ การพัฒนาช่องทางการตลาดแบบ Omni Channel และศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาทางธุรกิจ การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมทางการตลาด ได้แก่ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การสื่อสารการตลาด การสื่อสารแบรนด์และบริหารภาพลักษณ์ การผลิตสื่อเพื่อการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์

4. บูรณาการการเรียนการสอนกับรายวิชา/บูรณาการกับโครงการวิจัยเรื่อง

4.1 หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้ บูรณาการการเรียนการสอนกับรายวิชาการขึ้นรูปด้วยมือ โดยหลักสูตรศิลปบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

4.2 การแปรรูปอาหาร วิศวกรรมการแปรรูปอาหาร 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร การควบคุมคุณภาพอาหาร การประเมินคุณภาพอาหารและหลักการวิเคราะห์อาหาร โดยหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร คณะเกษตรศาสตร์

4.3 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ บูรณาการการเรียนการสอนกับรายวิชา พื้นฐานการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

4.4 ศาสตร์การบริหารจัดการทางธุรกิจ บูรณาการการเรียนการสอนกับรายวิชาการตลาดออนไลน์ การพัฒนาเว็บไซต์ โปรแกรมอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ทางธุรกิจ การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจด้วยคอมพิวเตอร์ การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา พฤติกรรมลูกค้าและจิตวิทยาการบริการ ทฤษฎีการบัญชี หลักการบัญชี การตรวจสอบภายใน การเขียนแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการ การจัดการด้านการผลิตและการดำเนินงาน การตลาดสำหรับผู้ประกอบการ และการวางแผนและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล โดยหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตและหลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล การจัดการสมัยใหม่ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจบริการและสาขาวิชาบัญชี

4.5 ศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์ บูรณาการการเรียนการสอนกับรายวิชา การสื่อสารเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การสื่อสารแบรนด์และบริหารภาพลักษณ์ การจัดการการสื่อสารและการตลาด การสื่อข่าวและการรายงานข่าว โดยหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยุ โทรทัศน์และสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์

การบูรณาการกับโครงการวิจัย ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวนเสริมพรีไบโอติก ไม่ใส่น้ำตาล
2. การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าใหม่ผลิตภัณฑ์จากกลางสาต: เซรั่มสารสกัดธรรมชาติจากเปลือกกลางสาตแบรนด์แลงซาน่า (Langsana)
3. รูปแบบการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์แร่เหล็กน้ำพี้จังหวัดอุดรดิตถ์
4. การสร้างมูลค่าเพิ่มกัมมะม่วงเพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์
5. การส่งเสริมการตลาดและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์กล้วยอบสอดไส้ด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัล

5. เครือข่ายความร่วมมือการทำงานแบบบูรณาการ (ระบุชื่อหน่วยงานภายใน/ภายนอก พร้อมบทบาทหน้าที่)

หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย

1. คณะเกษตรศาสตร์ บทบาทหน้าที่พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและให้คำแนะนำการพัฒนามาตรฐานการผลิต
2. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บทบาทหน้าที่การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของใช้และของที่ระลึก
3. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม บทบาทหน้าที่การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์
4. คณะวิทยาการจัดการ บทบาทหน้าที่การพัฒนารูปแบบธุรกิจ การจัดทำแผนธุรกิจ การพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ การวิเคราะห์ต้นทุนและรายได้ผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด การพัฒนาช่องทางการตลาด และการออกแบบและพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาด

หน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย

1. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดอุดรดิตถ์ บทบาทหน้าที่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดอุดรดิตถ์
2. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพิชัย จังหวัดอุดรดิตถ์ บทบาทหน้าที่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับตำบลและในอำเภอพิชัย จังหวัดอุดรดิตถ์
3. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ บทบาทหน้าที่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับตำบลและในอำเภอเมืองอุดรดิตถ์
4. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์ บทบาทหน้าที่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับตำบลและในอำเภอลับแล
5. องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดำนานาขาม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ บทบาทหน้าที่ประสานงานและสนับสนุนการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลบ้านดำนานาขาม อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์

6. ตัวชี้วัดเป้าหมายชุดโครงการ :

ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย (หน่วยนับ : เรื่อง/ คน/ ครั้ง ฯลฯ)
เชิงปริมาณ	1. ผลผลิตกลุ่มชุมชนในพื้นที่ได้รับการพัฒนาและยกระดับ 2. ผลผลิตองค์ความรู้ งานวิจัย นวัตกรรมของอาจารย์หรือนักศึกษาที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนเป็นฐานในการพัฒนาระดับผลผลิตกลุ่มชุมชนท้องถิ่น 3. ส่งเสริมอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และยกระดับ 4. พัฒนานักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลผลิตละ 25 คน 5. จัดการศึกษารายวิชาในหลักสูตรที่มีการบูรณาการการเรียนการสอนในการพัฒนาผลผลิตกลุ่มชุมชนท้องถิ่น จำนวน 2 รายวิชาต่อผลผลิต 6. พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ยกระดับผลผลิตท้องถิ่น 7. พัฒนาผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและมีขีดความสามารถเพิ่มขึ้น 8. สร้างองค์ความรู้วิชาการในการส่งเสริมทรัพยากรพื้นที่ (Local Resources) ให้ได้รับการยกระดับห่วงโซ่มูลค่าใหม่ (New Value Chain) เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน 9. พัฒนาผู้ประกอบการท้องถิ่น (Local Enterprise) ที่มีขีดความสามารถในการประกอบการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัด 10. ผลิตงานวิจัยเชิงพาณิชย์เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม 11. มีเครือข่ายความร่วมมือของการทำงานเชิงพื้นที่	5 ผลผลิต 5 องค์ความรู้ 1 อัตลักษณ์ 125 คน 10 รายวิชา 1 แห่ง 5 กลุ่ม 1 เรื่อง 5 กลุ่ม 3 ผลงาน 5 เครือข่าย
เชิงคุณภาพ	1. ผลผลิตกลุ่มชุมชนท้องถิ่นมีคุณภาพมาตรฐานผลผลิต สร้างมูลค่าเพิ่มผลผลิต และสามารถแข่งขันในท้องตลาดได้	

ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย (หน่วยนับ : เรื่อง/ คน/ ครั้ง ฯลฯ)
	2. ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการมีขีดความสามารถหรือศักยภาพเพิ่มขึ้น 3. กลไกการทำงานโดยการบูรณาการศาสตร์และการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้พันธกิจของแต่ละหน่วยงานบรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร	

7. กิจกรรมภายใต้ชุดโครงการฯ (Activity) (ระบุกิจกรรม และแสดงแผนการดำเนินงานรายกิจกรรม)

กิจกรรม	เดือน								
	ต.ค.64	พ.ย.64	ธ.ค. 64	ม.ค.65	ก.พ.65	มี.ค.65	เม.ย.65	พ.ค.65	มิ.ย.65
โครงการย่อยที่ 1 การพัฒนารูปแบบธุรกิจและพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์เซรามิกจากเปลือกกลางสาต									
กิจกรรมที่ 1.1 พัฒนารูปแบบธุรกิจและจัดทำแผนธุรกิจ									
กิจกรรมที่ 1.2 การผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกจากเปลือกกลางสาต									
กิจกรรมที่ 1.3 การทดสอบตลาดและจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด									
โครงการย่อยที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวนเสริมฟิโอบิติก ไม่ใส่น้ำตาล และพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และสื่อประชาสัมพันธ์									
กิจกรรมที่ 2.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์และศึกษาอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวนเสริมฟิโอบิติก ไม่ใส่น้ำตาล									
กิจกรรมที่ 2.2 ทดสอบตลาด									
กิจกรรมที่ 2.3 พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ดิจิทัล									
โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์กล้วยอบสอได้									
กิจกรรมที่ 3.1 การศึกษาอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์กล้วยอบสอได้									
กิจกรรมที่ 3.2 การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการกล้วยอบสอได้									
กิจกรรมที่ 3.3 การทดสอบและส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์กล้วยอบสอได้									
โครงการย่อยที่ 4 การจัดทำแผนธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์กัมมีมะม่วงเพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์									
กิจกรรมที่ 4.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์กัมมีมะม่วง									

กิจกรรม	เดือน									
	ต.ค.64	พ.ย.64	ธ.ค. 64	ม.ค.65	ก.พ.65	มี.ค.65	เม.ย.65	พ.ค.65	มิ.ย.65	
กิจกรรมที่ 4.2 การผลิตผลิตภัณฑ์กัมมีมะม่วงเชิงพาณิชย์										
กิจกรรมที่ 4.3 การจัดทำแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์กัมมีมะม่วง										
กิจกรรมที่ 4.4 การทดสอบตลาดและจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด										
โครงการย่อยที่ 5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้ เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และพัฒนานวัตกรรม การสื่อสารการตลาด										
กิจกรรมที่ 5.1การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้ เพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์										
กิจกรรมที่ 5.2 การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์แร่เหล็กน้ำพี้										
กิจกรรมที่ 5.3 การพัฒนาหน้าร้านจำหน่ายสินค้า										
กิจกรรมที่ 5.4 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์										

8. วิธีดำเนินการ (ระบุกิจกรรม วิธีการดำเนินงานสำคัญโดยสรุป และจำนวนกลุ่มเป้าหมาย)

กิจกรรม	แนวทาง/วิธีการดำเนินงาน	จำนวน กลุ่มเป้าหมาย
โครงการย่อยที่ 1 การพัฒนารูปแบบธุรกิจและพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์เซรามิกสกัดจากเปลือกกลางสาด		
กิจกรรมที่ 1.1 พัฒนารูปแบบธุรกิจและจัดทำแผนธุรกิจ	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (2) ประชุมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนารูปแบบธุรกิจและ จัดทำแผนธุรกิจ (3) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ผลิตภัณฑ์ 20 คน
กิจกรรมที่ 1.2 การผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกสกัดธรรมชาติ จากเปลือกกลางสาด	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ และติดต่อบริษัทผลิต (OEM) (2) จัดทำแบบร่างบรรจุภัณฑ์ (3) ประชุมเพื่อคัดเลือกแบบและพัฒนา บรรจุภัณฑ์ (4) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ผลิตภัณฑ์
กิจกรรมที่ 1.3 การทดสอบตลาดและจัดกิจกรรมส่งเสริม การตลาด	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ติดต่อ พันธมิตรทางธุรกิจเพื่อทดสอบตลาด และการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค	1 ผลิตภัณฑ์ ข้อมูล 400 ชุด

กิจกรรม	แนวทาง/วิธีการดำเนินงาน	จำนวน กลุ่มเป้าหมาย
	(2) เตรียมวัสดุอุปกรณ์ประกอบการจัด กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (3) จัดทำตลาดออนไลน์และจัดกิจกรรม ส่งเสริมการตลาด เช่น สาธิตผลิตภัณฑ์ (4) สรุปผลการทดสอบตลาด	
โครงการย่อยที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวนเสริมพรีไบโอติก ไม่ใส่น้ำตาล และพัฒนาศูนย์การเรียนรู้และสื่อ ประชาสัมพันธ์		
กิจกรรมที่ 2.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์และศึกษาอายุการเก็บ รักษาผลิตภัณฑ์ทุเรียนกวนเสริมพรีไบโอติก ไม่ใส่น้ำตาล	(1) วิเคราะห์โอกาสแนวคิดผลิตภัณฑ์ ศึกษารายละเอียดและกระบวนการผลิต และประเมินความเป็นไปได้ทางเทคนิค ที่ชุมชนสามารถผลิตได้ (2) วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (4) ประเมินคุณภาพอาหารและจ้าง ตรวจวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ (5) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ผลิตภัณฑ์
กิจกรรมที่ 2.2 ทดสอบตลาด	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ติดต่อ พันธมิตรทางธุรกิจเพื่อทดสอบตลาด และการยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค (2) เตรียมวัสดุอุปกรณ์ประกอบการจัด กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (3) การทดสอบตลาดและศึกษาปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค (4) สรุปผลการทดสอบตลาด	1 ผลิตภัณฑ์
กิจกรรมที่ 2.3 พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ดิจิทัล	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ ประชุมร่วมกันเพื่อวางแผนการพัฒนา ศูนย์การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (2) ลงพื้นที่เก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์และพัฒนาศูนย์การ เรียนรู้ (3) ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อดิจิทัล ศูนย์การเรียนรู้	1 แห่ง
โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์กล้วยอบสอได้		
กิจกรรมที่ 3.1 การศึกษาอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ กล้วยอบสอได้	(1) ประสานงานผู้ประกอบการเพื่อขอ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ (2) ศึกษาอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์	1 ผลิตภัณฑ์

กิจกรรม	แนวทาง/วิธีการดำเนินงาน	จำนวน กลุ่มเป้าหมาย
	(3) ประเมินคุณภาพอาหารและจ้าง ตรวจวิเคราะห์คุณภาพผลิตภัณฑ์ (4) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	
กิจกรรมที่ 3.2 การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ กล้วยอบสไลด์	(1) ประสานงานทีมงานและผู้ประกอบการและจัดเตรียมตัวอย่างใน การส่งวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ (2) ส่งตัวอย่างตรวจวิเคราะห์ (3) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ผลิตภัณฑ์
กิจกรรมที่ 3.3 การทดสอบ และส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์กล้วยอบสไลด์	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ เพื่อวางแผนการตลาดแบบมีส่วนร่วม (2) เตรียมวัสดุอุปกรณ์ประกอบการจัด กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (3) การทดสอบตลาดและการวิเคราะห์ ข้อมูลทางการตลาด (4) การส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทาง ออนไลน์ (5) การประชุมสรุปผลการทดสอบตลาด และคืนข้อมูลเพื่อการปรับปรุงพัฒนา ผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์	1 ผลิตภัณฑ์ 20 คน ข้อมูล 400 ชุด
โครงการย่อยที่ 4 การจัดทำแผนธุรกิจและพัฒนาผลิตภัณฑ์กัมมี่มะม่วงเพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์		
กิจกรรมที่ 4.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์กัมมี่มะม่วง	(1) วิเคราะห์โอกาสแนวคิดผลิตภัณฑ์ ศึกษารายละเอียดและกระบวนการผลิต และประเมินความเป็นไปได้ทางเทคนิค การแปรรูปขึ้นต้นมะม่วงเพื่อการ จำหน่ายเชิงพาณิชย์ (2) วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (3) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ผลิตภัณฑ์ 20 คน
กิจกรรมที่ 4.2 การผลิตผลิตภัณฑ์กัมมี่มะม่วงเชิงพาณิชย์	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ และติดต่อบริษัทผลิต (OEM) (2) จัดทำแบบร่างบรรจุภัณฑ์ (3) ประชุมเพื่อคัดเลือกแบบและพัฒนา บรรจุภัณฑ์ (4) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ผลิตภัณฑ์
กิจกรรมที่ 4.3 การจัดทำแผนธุรกิจ ผลิตภัณฑ์กัมมี่ มะม่วง	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (2) ประชุมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำแผนธุรกิจ (3) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ผลิตภัณฑ์ 20 คน

กิจกรรม	แนวทาง/วิธีการดำเนินงาน	จำนวน กลุ่มเป้าหมาย
กิจกรรมที่ 4.4 การทดสอบตลาดและจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ เพื่อวางแผนการทดสอบตลาด (2) เตรียมวัสดุอุปกรณ์ประกอบการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (3) การทดสอบตลาดและส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ (4) การประชุมสรุปผลการทดสอบตลาด และคืนข้อมูลเพื่อการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์	1 ผลิตภัณฑ์ 20 คน
โครงการย่อยที่ 5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้ เพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ และพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารการตลาด		
กิจกรรมที่ 5.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้ เพื่อสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	(1) วิเคราะห์โอกาสแนวคิดผลิตภัณฑ์ ศึกษารายละเอียดและกระบวนการผลิต และประเมินความเป็นไปได้ทางเทคนิค (2) วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้ (3) การผลิตผลิตภัณฑ์จากมวลสารแร่เหล็กน้ำพี้เพื่อใช้สำหรับทดสอบตลาด (3) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ผลิตภัณฑ์
กิจกรรมที่ 5.2 การออกแบบและผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์แร่เหล็กน้ำพี้	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ และประชุมวางแผนและหาแนวทางการผลิตสื่อ (2) ออกแบบและผลิตสื่อที่ใช้ในการสื่อสารการผลิต (3) ทดลองใช้สื่อเพื่อการสื่อสารการตลาด (4) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ผลิตภัณฑ์ 30 คน
กิจกรรมที่ 5.3 การพัฒนาหน้าร้านจำหน่ายสินค้า	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ และวางแผนเพื่อพัฒนาหน้าร้านจำหน่ายสินค้า (2) การพัฒนาหน้าร้านจำหน่ายสินค้า (3) การทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (4) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	1 ร้านค้า
กิจกรรมที่ 5.4 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์	(1) ประสานงานทีมงาน ผู้ประกอบการ และวางแผนการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ (2) พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์	1 ผลิตภัณฑ์

กิจกรรม	แนวทาง/วิธีการดำเนินงาน	จำนวน กลุ่มเป้าหมาย
	(3) ทดสอบตลาดในช่องทางการ จำหน่ายออนไลน์ (4) สรุปผลการดำเนินงานกิจกรรม	

9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 9.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ได้รับการพัฒนาและยกระดับ
- 9.2 ได้ใช้องค์ความรู้ งานวิจัย นวัตกรรมของอาจารย์หรือนักศึกษาที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนเป็นฐานในการพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น
- 9.3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้รับการอนุรักษ์และยกระดับ
- 9.4 เกิดกระบวนการพัฒนานักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 9.5 สามารถพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษารายวิชาในหลักสูตรที่มีการบูรณาการการเรียนการสอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น
- 9.6 สามารถพัฒนาศูนย์การเรียนรู้สำหรับยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
- 9.7 สามารถพัฒนาผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพและมีขีดความสามารถเพิ่มขึ้น
- 9.8 เกิดองค์ความรู้วิชาการในการส่งเสริมทรัพยากรพื้นถิ่น (Local Resources) ให้ได้รับการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าใหม่ (New Value Chain) เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน
- 9.9 ผู้ประกอบการท้องถิ่น (Local Enterprise) ได้รับการพัฒนาให้มีขีดความสามารถในการประกอบการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัด
- 9.10 สามารถผลิตงานวิจัยเชิงพาณิชย์เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม
- 9.11 เกิดเครือข่ายความร่วมมือของการทำงานเชิงพื้นที่

10. วิธีการประเมินผลสำเร็จตามตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI)

- 10.1 การสรุปผลโครงการข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการ ที่สามารถยกระดับคุณภาพมาตรฐาน จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์
- 10.2 จำนวนบทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่มีการตีพิมพ์เผยแพร่
- 10.3 การระบุกิจกรรมของโครงการ ในมคอ.3 และรายงานผลการดำเนินงานหลักสูตรใน มคอ.7 รายวิชาที่มีการบูรณาการศาสตร์และรายชื่อการเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการจากรายชื่อใบลงทะเบียนรูปภาพของชุมชน องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า 5 หน่วยงาน ที่แสดงการมีส่วนร่วมในกิจกรรม รวมถึงการช่วยสนับสนุนตามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่ตอบสนองพันธกิจหรือเป้าหมายของหน่วยงาน

11.ระยะเวลาดำเนินการชุดโครงการฯ

1 ตุลาคม 2564 – 15 มิถุนายน 2565

12. งบประมาณ

รวม 570,000 บาท (แนบรายละเอียดตามฟอร์ม04_แตกตัวคูณ excel)

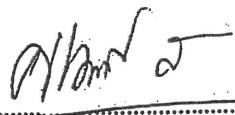
13. หัวหน้าชุดโครงการฯ

หน่วยงาน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

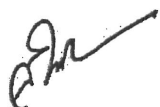
โทรศัพท์ 081 9724582

E-mail sriprai.sak@uru.ac.th

หัวหน้าชุดโครงการ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรีไพร สกุลพันธ์)

คณบดี/ผู้อำนวยการ


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สินัด วิกรมประสิทธิ์)

ผู้อนุมัติโครงการ


.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. เจษฎา มิ่งฉาย)
รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์