

แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาการศึกษาเพื่อความยั่งยืน  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

1. ชื่อโครงการ การยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ด้วยนวัตกรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวและพัฒนาการตลาดเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ในเส้นทางงานมหกรรมศิลปะนานาชาติ Thailand Biennale, Korat 2021 สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในโคราชเมืองศิลปะอย่างยั่งยืน

ลักษณะโครงการ  โครงการต่อเนื่อง  โครงการใหม่

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ หน่วยงานหลัก : หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ หน่วยงานร่วมดำเนินการ(ภายใน)

คณะวิทยาการจัดการ ประกอบด้วย

- 1) หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 2) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงินการธนาคาร
- 3) หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต  
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
- 4) หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์  
และสาขาวิชา ออกแบบนิเทศศิลป์

คณะครุศาสตร์

- 5) หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา  
และสาขาวิชานาฏศิลป์ไทย

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

- 6) หลักสูตรวิศวกรรมการจัดการอุตสาหกรรม

หน่วยร่วมดำเนินงาน(ภายนอก)

- 1) โรงไฟฟ้าลำตะคองชลภาวัฒนา ต.หนองสาหร่าย อ.ปากช่อง
- 2) ศูนย์ป้องกันและปราบปรามประมงน้ำจืด นครราชสีมา ต.หนองสาหร่าย อ.ปากช่อง
- 3) โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาลำตะคอง
- 4) อำเภอสีคิ้ว
- 5) ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอ.สีคิ้ว

2.1 ผู้รับผิดชอบโครงการ

หัวหน้าโครงการ : อาจารย์ณภัค คณารักษ์เดโช โทรศัพท์ 081-877-5993

ผู้ร่วมโครงการ 1) ผศ.ดร.จุฑาทิพย์ สุทธิเทพ คณะวิทยาการจัดการ

- |                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| 2) อ.ธวัชรัตน์ ประจันตเสน      | คณะวิทยาการจัดการ |
| 3) ผศ.ดร.วิเชียร ก่อกิจกุล     | คณะวิทยาการจัดการ |
| 4) อ.สัญญา พันธุ์ไสว           | คณะมนุษยฯ         |
| 5) ดร.อลิสสา โชตินนท์ภิกษา     | คณะมนุษยฯ         |
| 6) ผศ.ดร.สืบศักดิ์ สิริมงคลกาล | คณะมนุษยฯ         |

ผู้ร่วมโครงการ (ต่อ)

- |  |                        |
|--|------------------------|
| 7) ดร.ชุมพล ชะนะมา   | คณะมนุษยฯ              |
| 8) อ.ชาญศักดิ์ ตรีภพ   | คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม |
| 9) หัวหน้ากองเดินเครื่องโรงไฟฟ้าลำตะคองชลภาวัฒนา               |                        |
| 10) ประธานชมรมท่องเที่ยวสี่คิ้ว                                |                        |
| 11) อำเภอสี่คิ้ว   |                        |
| 12) วิสาหกิจชุมชนชมรมจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวบ้านเขายายเที่ยง |                        |

### 3. โปรดระบุความเชื่อมโยงกับแผนในระดับต่าง ๆ

3.1 ยุทธศาสตร์ใหม่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น

3.2 เป้าหมายการดำเนินงานโครงการร่วมกัน 9 ด้าน

1. ยกระดับคุณภาพชีวิตเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและเสริมสร้างความรักความสามัคคีเข้าใจสิทธิและหน้าที่พลเมือง

3.3 โครงการบริบทตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (พ.ศ. 2562-2565)

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3.4 ยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม

3.5 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

การท่องเที่ยว

3.6 แผนปฏิรูปประเทศ

ด้านเศรษฐกิจ

3.7 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

#### 4. เหตุผลความจำเป็น

จังหวัดนครราชสีมาได้รับการประกาศจากกระทรวงวัฒนธรรม ให้เป็น 1 ใน 3 ของจังหวัดที่เป็นเมืองศิลปะ ของประเทศไทย เมื่อปี 2560 ซึ่งอีก 2 จังหวัดได้แก่ จังหวัดกระบี่ และจังหวัดเชียงราย โดยเมืองศิลปะ คือเมืองที่ก่อกำเนิดจากการหลอมรวมของความมั่นคง มั่งคั่ง สมบูรณ์ทางศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีการประยุกต์ใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการกระตุ้น การสร้าง การเพิ่มมูลค่า ทางสังคมและเศรษฐกิจ ในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ จากการท่องเที่ยว โดยอาศัยความสมัครสมานสามัคคี ร่วมประสานมือกันของพลังชุมชนท้องถิ่น และเครือข่ายทางด้านศิลปวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนาเมืองศิลปะประกอบด้วย 1) นำต้นทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างคุณค่า 2) สร้างภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ของเมือง 3) สร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนและประเทศจากการท่องเที่ยว 4) การบูรณาการการทำงานภาครัฐและกลุ่มศิลปินในพื้นที่ 5) จัดทำแผนพัฒนาเมืองศิลปะ รวมถึงการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง 6) เพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม จัดสรรพื้นที่สาธารณะ และพื้นที่ศิลปะของเมือง 7) ส่งเสริมให้มีส่วนร่วมของภาคการศึกษาเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ 8) จัดงานด้านศิลปะสร้างสรรค์ในระดับชาติและนานาชาติ 9) สร้างเครือข่ายศิลปินชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และทำกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งแนวทางการพัฒนาเมืองศิลปะที่กล่าวมาสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมชุมชนและสังคมที่เป็นแก่นของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนที่มีอยู่ได้แก่ ศิลปะ สถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้าง ที่อยู่อาศัย อาหารพื้นถิ่น ภูมิปัญญาจากสมุนไพร เครื่องแต่งกายชุดประจำถิ่น งานช่างเครื่องมือ เครื่องมือเครื่องใช้ในการดำรงชีวิต งานหัตถกรรม วรรณกรรม นิทาน ตำนานประจำถิ่น กีฬาเทศกาลรื่นเริง เพลง ดนตรี ศิลปะการแสดงประจำถิ่น ซึ่งสามารถนำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ วัฒนธรรม ที่มีคุณค่า และมูลค่าเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควบคู่กับการท่องเที่ยวตามแนวทางโคราชเมืองศิลปะได้อย่างยั่งยืน

ในปี 2564 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ดำเนินการบันทึกข้อตกลงความร่วมมือว่าด้วยการพัฒนาความร่วมมือด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย กับสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่กระทรวงวัฒนธรรมมอบหมายให้ดำเนินการเมืองศิลปะ และได้ร่วมกันจัดโครงการเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์และพระบรม วงศานุวงศ์ โครงการเฉลิมพระเกียรติ สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี กรมพระศรีสวางควัฒนวรขัตติยราชนารี เนื่องในโอกาสถวายพระสมัญญา “สิริศิลปิน” กิจกรรมสร้างสรรค์ศิลปะร่วมสมัย หลากหลาย หลากหลายศิลป์ ภายใต้แนวคิด ธรรมชาติเป็นใหญ่ในโลก ศิลปะมีอิสระในตัวเอง โดยถ่ายทอดองค์ความรู้ศิลปะร่วมสมัย 4 สาขาได้แก่ สาขาทัศนศิลป์ สาขาจิตศิลป์ สาขาวรรณศิลป์ และสาขาศิลปะการออกแบบ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียน นักศึกษา ศิลปินท้องถิ่น ชุมชน และผู้สนใจทั่วไป ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 200 คน และนำผลงานสร้างสรรค์ศิลปะเข้าร่วมแสดงในงานมหกรรมศิลปะนานาชาติ Thailand Biennale, Korat 2021 ซึ่งจะจัดขึ้นในระหว่างเดือนธันวาคม 2564 – มีนาคม 2565

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ในสถานะเป็นมหาวิทยาลัยที่พึ่งของท้องถิ่น และเป็นสถาบันการศึกษาในจังหวัดนครราชสีมาที่จัดการเรียนการสอนในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาขาการบริหารจัดการ สาขาการสื่อสารและสาขาด้านศิลปะและวัฒนธรรม หากนำศักยภาพความพร้อมทั้งบุคลากรคณาจารย์ผู้สอน นักศึกษาในสาขาต่าง ๆ ที่กล่าวมาช่วยพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP โดยใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนานวัตกรรม ใช้ศาสตร์การบริหารจัดการและการสื่อสารมาพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาด้านศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งในด้านการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาด เพื่อร่วมสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชน และเป็นพลวัติในการขับเคลื่อนโคราชเมืองศิลปะให้ชุมชนสามารถใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน มาสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดคุณค่าและมูลค่าอย่างยั่งยืนต่อไป

## 5. วัตถุประสงค์และตัวชี้วัดความสำเร็จโครงการ OKR (Objectives & Key Results)

1) เพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชน ให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่มขึ้น

2) เพื่อร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาการตลาดให้ชุมชนมีพื้นที่สำหรับจำหน่ายสินค้า และแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรมให้เป็นรูปธรรมในเส้นทางหลักของการเดินทางสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ถนนมิตรภาพ อ.ปากช่องและอำเภอสีคิ้ว เพื่อสร้างรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ให้นักท่องเที่ยวและสามารถใช้เป็นสถานที่ในการสร้างสื่อทางการขายผลิตภัณฑ์แบบออนไลน์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในโครงการและชุมชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน

3) ใช้นวัตกรรมในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับให้ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานและการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมีตราสินค้าเพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว และสามารถจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารประจำถิ่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ตามศักยภาพของพื้นที่ อ.ปากช่องและ อำเภอสีคิ้ว 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ปลาจากเขื่อนลำตะคอง 2) ผลิตภัณฑ์อาหารจากน้ำผึ้ง 3) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก/ตกแต่งบ้านจากข้าว 4) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก/ของใช้จากผ้าไทยวน 5) ผลิตภัณฑ์กาแฟ จากทรัพยากรท้องถิ่นหรือในอ.สีคิ้ว

4) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนและหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ร่วมพัฒนาตลาดในการจำหน่ายสินค้า โดยการจัดกิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อเป็นตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนในการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย อ.ปากช่องและ อำเภอสีคิ้ว อย่างเหมาะสมและยั่งยืน อย่างน้อย 5 กิจกรรม

5) สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน หน่วยงานภาคีเครือข่ายในพื้นที่เป้าหมาย อ.ปากช่องและ อำเภอสีคิ้ว ให้สามารถดำเนินการตลาดชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ที่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เกิดความต่อเนื่อง มีช่องทางการขายทั้ง ออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อสร้างรายได้เพิ่มอย่างน้อยร้อยละ 15 และพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่เป้าหมายได้อย่างยั่งยืน

## 6. เป้าหมายโครงการ (Outputs)

1) เพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า/ฉลากของสินค้า และมีกระบวนการเพื่อเป็นแนวทางให้ชุมชนสามารถดำเนินการในการยื่นจดตราสินค้า และมาตรฐานผลิตภัณฑ์

2) เพื่อพัฒนาตลาดสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ ในพื้นที่ช่องทางออฟไลน์ และช่องทางการขาย ขการประชาสัมพันธ์ ออนไลน์ 1ช่องทาง

3) เพื่อร่วมกับโรงไฟฟ้าชลประทานและภาคีต่าง ๆ ในพื้นที่ พัฒนาสถานที่ให้เป็นตลาดที่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชนและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ อย่างสม่ำเสมออย่างน้อย 1 แห่ง

4) ชุมชนในพื้นที่เป้าหมายมีรายได้เพิ่มจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาไม่น้อยกว่าร้อยละ 15

## 7. กลุ่มเป้าหมายโครงการ (Target group)

- 1) ชุมชน ผู้ประกอบการ หรือ กลุ่มOTOP ในพื้นที่ ต.หนองสาหร่าย อ.ปากช่อง และ อ.สีคิ้ว จำนวน 5 – 10 ราย
- 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่ ต.หนองสาหร่าย อ.ปากช่อง และ อ.สีคิ้ว. จำนวน 2 – 5 ราย
- 3) คณาจารย์ นักศึกษา และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 100 คน
- 4) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ อ.ปากช่อง และ อ.สีคิ้ว จำนวน 4 หน่วยงาน

## 8. ระยะเวลาดำเนินการโครงการ

วันที่ 24 พฤศจิกายน 2564 – วันที่ 31 สิงหาคม 2565

## 9. สถานที่ดำเนินการโครงการ

- 1) สวนท้าวสุรนารี ต. หนองสาหร่าย
- 2) อ.ปากช่อง
- 3) อ.สีคิ้ว

## 10. ตัวชี้วัดเป้าหมายโครงการ (Outputs) และตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcomes)

### ตัวชี้วัดเป้าหมาย (Outputs)

ผลผลิต (Output )	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP	ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ใช้ภูมิปัญญาชุมชน	5 ผลิตภัณฑ์
การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนา กิจกรรมในการส่งเสริมการขายและการตลาดผลิตภัณฑ์ OTOP	กิจกรรมกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาดและการขายผลิตภัณฑ์ OTOP	5 กิจกรรม
ช่องทางการขายและประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ OTOP แบบออนไลน์	กิจกรรมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาช่องทาง การขายและการประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ OTOP แบบออนไลน์	1 ช่องทาง
พัฒนาตลาดเพื่อการจำหน่ายและจัด กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขาย	พื้นที่ที่เป็นตลาดสำหรับการจำหน่ายและส่งเสริมการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ OTOP ณ สวนท้าวสุรนารี	1 แห่ง

## ตัวชี้วัดผลลัพธ์ (Outcomes)

ตัวชี้วัด		ค่าเป้าหมาย
1.	การมีส่วนร่วมของอาจารย์ นักศึกษา ผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจ เยาวชน ชาวบ้าน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาและ ยกระดับผลิตภัณฑ์ ให้มีตราหยั่ห่อ บรรจุภัณฑ์ ฉลาก และแนวทางให้ ชุมชนสามารถดำเนินการในการยื่นจดตราสินค้า และมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน	5 กลุ่ม
2.	รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม วิสาหกิจชุมชน เพิ่มขึ้น 15%	รายได้เพิ่มขึ้น 15%
3.	จำนวนลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมตลาดชุมชน	1,000 ราย
4.	จำนวนการเข้าชมช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	500 ราย

## 11. กิจกรรม – วิธีดำเนินการ (Activity)

ลักษณะกิจกรรม	กิจกรรม	วิธีการดำเนินงาน
กิจกรรมพัฒนา และยกระดับ ผลิตภัณฑ์ OTOP	1) ประชุมเชิงปฏิบัติการระดม ความคิด 6 ชม. 2) จัดอบรมฝึกปฏิบัติพัฒนา และยกระดับผลิตภัณฑ์ 45 ชม. 3) พัฒนาบรรจุและตราสินค้า 4) ผลิตภัณฑ์เข้าสู่มาตรฐาน	อาจารย์ นศ. ชุมชน ร่วมกันใช้นวัตกรรมในการพัฒนา และยกระดับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารประจำถิ่น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอัตลักษณ์ชุมชน โดย อาจารย์ผู้ ร่วมดำเนินโครงการ นักศึกษาในสาขาวิชาด้าน การตลาด การเงินและบัญชี การท่องเที่ยว การ ออกแบบผลิตภัณฑ์ และวิศวกรรม

## 11. กิจกรรม – วิธีดำเนินการ (Activity) (ต่อ)

ลักษณะกิจกรรม	กิจกรรม	วิธีการดำเนินงาน
กิจกรรมการ พัฒนากิจกรรม เพื่อการส่งเสริม การตลาดและ การขายแบบ ออฟไลน์	1) ประชุมเชิงปฏิบัติการระดมความคิด 6 ชม. 2) จัดอบรมฝึกปฏิบัติพัฒนาผลิตภัณฑ์ 60 ชม.	ร่วมกันพัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริม การตลาดและการขายในในตลาด ชุมชน โดยอาจารย์ผู้ร่วมดำเนิน โครงการ นักศึกษาในสาขาวิชา ด้านการท่องเที่ยว ศิลปะ การตลาด การเงินและบัญชี และ

		นิเทศศาสตร์
กิจกรรมพัฒนาช่องทางขายและการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	1) ประชุมเชิงปฏิบัติการระดมความคิด 4 ชม 2) พัฒนาแพลตฟอร์มช่องทางขายและการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 3) อบรมการใช้แพลตฟอร์มเพื่อการขายออนไลน์ให้ชุมชน 8 ชม.	พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการส่งเสริมและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว โดยอาจารย์ผู้ร่วมดำเนินโครงการนักศึกษาในสาขาวิชาการตลาดนิเทศศาสตร์
กิจกรรมพัฒนาตลาดเพื่อการขายผลิตภัณฑ์	1) ปรับปรุงสถานที่เป็นการตลาดชุมชน ร่วมกับโรงไฟฟ้าลำตะคองชลภาวัฒนา 2) สร้างสรรค์และติดตั้งงานศิลปะชุมชนที่สะท้อนวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อดึงดูดให้ตลาดชุมชนมีความน่าสนใจ	อาจารย์ผู้ร่วมดำเนินโครงการร่วมกับ โรงไฟฟ้าลำตะคองชลภาวัฒนา กับหน่วยงานภาคีในพื้นที่และนักศึกษาในสาขาวิชาการตลาดศิลปะ การท่องเที่ยว นิเทศศาสตร์และวิศวกรรม

## 12. ตัวชี้วัดกิจกรรม

กิจกรรม	ตัวชี้วัดกิจกรรม
กิจกรรมพัฒนาและยกระดับ OTOP ผลิตภัณฑ์	การพัฒนา พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP โดยการบูรณาการองค์ความรู้ ระหว่างอาจารย์ นักศึกษา และชุมชน
กิจกรรมการพัฒนากิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาดและการขายแบบออฟไลน์	การพัฒนา การพัฒนากิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาดและการขายแบบออฟไลน์โดยการบูรณาการองค์ความรู้ ระหว่างอาจารย์ นักศึกษา และชุมชน
กิจกรรมพัฒนาช่องทางขายและการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	การพัฒนาช่องทางขายและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยว
กิจกรรมพัฒนาสถานที่เป็นตลาดชุมชน	การพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเป็นตลาดชุมชนร่วมกับโรงไฟฟ้าลำตะคองชลภาวัฒนา และหน่วยงานภาคีในพื้นที่โดยการบูรณาการองค์ความรู้ ระหว่างอาจารย์ นักศึกษา และชุมชน

## 13. รายละเอียดงบประมาณ

หมวดงบประมาณจ่าย	งบประมาณ (บาท)
<b>กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP (198,100 บาท)</b>	
งบเงินอุดหนุนทั่วไป	
<b>ค่าตอบแทน</b>	
- ค่าตอบแทนวิทยากร (บุคคลภายใน) จำนวน 33 ชั่วโมง ละ 600 บาท 3 คน	59,400
- ค่าตอบแทนวิทยากร (บุคคลภายนอก) จำนวน 18 ชั่วโมง ละ 1,200 บาท x 2 คน	43,200
<b>ค่าใช้จ่าย</b>	
- ค่าอาหารกลางวัน จำนวน 25คน ๆ ละ 150 บาท x 1 มื้อ x5 วัน	18,750
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่มจำนวน 25 คน ๆ ละ 25 บาท x 2 มื้อ x5 วัน	6,250
<b>ค่าวัสดุ</b>	
- ค่าเอกสารและวัสดุ 200 บาท x 25 คน 5 ผลิตภัณฑ์	25,500
- ค่าวัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการพัฒนานวัตกรรม	30,000
- ค่าวัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการถ่ายทอดผลงาน	15,000
<b>กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาดและการขายแบบออฟไลน์ (167,300 บาท)</b>	
งบเงินอุดหนุนทั่วไป	
<b>ค่าตอบแทน</b>	
- ค่าตอบแทนวิทยากร (บุคคลภายใน) จำนวน 48 ชั่วโมง ละ 600 บาท 2 คน	57,600
- ค่าตอบแทนวิทยากร (บุคคลภายนอก) จำนวน 18 ชั่วโมง ละ 1,200 บาท x 2 คน	43,200
<b>ค่าใช้จ่าย</b>	
- ค่าอาหารกลางวัน จำนวน 30 คน ๆ ละ 150 บาท x 1 มื้อ x 6 วัน	27,000
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่มจำนวน 30 คน ๆ ละ 25 บาท x 2 มื้อ x6 วัน	9,000
<b>ค่าวัสดุ</b>	
- ค่าเอกสารและวัสดุ 350 บาท x 30 คน	10,500
- ค่าวัสดุ อุปกรณ์ สำหรับการถ่ายทอดผลงาน	20,000



## 13. รายละเอียดงบประมาณ

หมวดงบประมาณ	งบประมาณ (บาท)
กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ (77,750 บาท)	
งบเงินอุดหนุนทั่วไป	
<b>ค่าตอบแทน</b>	
- ค่าตอบแทนวิทยากร (บุคคลภายใน) จำนวน 12 ชั่วโมงๆ ละ 600 บาท 3 คน	21,600
- ค่าตอบแทนวิทยากร (บุคคลภายนอก) จำนวน 6 ชั่วโมงๆ ละ 1,200 บาท x 2 คน	14,400
<b>ค่าใช้จ่าย</b>	
- ค่าอาหารกลางวัน จำนวน 15 คน ๆ ละ 150 บาท x 1 มื้อ x 2 วัน	4,500
- ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่มจำนวน 15 คน ๆ ละ 25 บาท x 2 มื้อ x 2 วัน	2,250
- ค่าพัฒนาช่องทางการขายและการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	35,000
กิจกรรมที่ 4 ค่าวัสดุสำนักงานสำหรับดำเนินโครงการ (6,850 บาท)	
- ค่าวัสดุสำนักงาน	6,850
<b>รวมงบประมาณทั้งโครงการ</b>	<b>450,000</b>

#### 14. ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Impact)

- 1) ชุมชนที่ผลิตสินค้า OTOP ได้รับการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน
- 2) ชุมชนมีแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์
- 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่โรงไฟฟ้าลำตะคองชลภาวัฒนา ต.หนองสาหร่าย อ.ปากช่อง ศูนย์ป้องกันและปราบปรามประมงน้ำจืด นครราชสีมา ต.หนองสาหร่าย อ.ปากช่อง โครงการส่งน้ำและบำรุงรักษาลำตะคอง พัฒนาชุมชนอ.สีคิ้ว ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยว อ.สีคิ้ว ในการพัฒนาพื้นที่ชุมชน

ลงชื่อ..... 

(นางสาวณภัค คณารักษ์เดโช)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

ลงชื่อ..... 

(รองศาสตราจารย์ ดร.เอกรัตน์ เอกศาสตร์)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ผู้เห็นชอบโครงการ

ลงชื่อ..... 

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิสร เนาวนนท์)

อธิการบดี

ผู้อนุมัติโครงการ