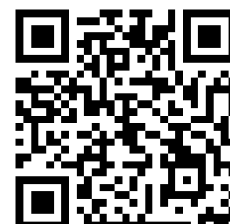




รายงานผลการดำเนินโครงการนวัตกรรมการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
ท้องถิ่น(จีโอพาร์ค)เชิงสร้างสรรค์เพื่อขยายตลาดภูมิปัญญาสู่การจัดจำหน่าย
ด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม
ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

นางสาวขวัญอิสรา ภูมิศิริไพบุลย์ และคณะ
สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ
22 สิงหาคม 2565



คำนำ

โครงการนวัตกรรมการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (จีโอพาร์ค) เชียงสร้างสรรค์เพื่อขยายตลาดภูมิปัญญาสู่การจัดจำหน่ายด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม จัดทำขึ้นเพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างทักษะด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์และการตลาดออนไลน์สำหรับการเพิ่มยอดขายด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มและโมบายส์โตร์ และการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อการกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการตระหนักรู้และภาคภูมิใจในคุณค่าของมรดกทางภูมิปัญญา และมีการอนุรักษ์สืบสานต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยดำเนินโครงการตามแผนการดำเนินงานกิจกรรม และการแสดงผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดของโครงการตามที่กำหนด

ในการดำเนินโครงการ ขอขอบคุณประชาชนในพื้นที่พัฒนา หน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ที่ให้ความร่วมมือและการสนับสนุนการดำเนินงานกิจกรรมของทางโครงการ ทำให้การดำเนินโครงการบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายครบถ้วนทุกประการ

ขอแสดงความนับถือ

คณะดำเนินงานโครงการ

22 สิงหาคม 2565

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ชื่อโครงการ	4
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 หลักการและเหตุผล	4
1.4 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ/เชิงคุณภาพ	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 ขอบเขตการดำเนินงาน	4
1.7 แนวความคิดการดำเนินโครงการในภาพรวม	5
บทที่ 2 รายละเอียดการดำเนินงาน	
2.1 กิจกรรมที่ดำเนินการ 10	10
2.2 ผลผลิตจากการดำเนินโครงการ (Output) 15	15
2.3 ผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ (Outcome) 15	15
2.4 ผลลัพธ์ตามตัวชี้วัดกรอบการดำเนินงาน TOR 16	16
2.5 จำนวนองค์ความรู้/ ชุดความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น	17
2.6 จำนวนรายวิชาที่มีการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	17
บทที่ 3 สรุปผลการดำเนินงาน	
3.1 สรุปผลการดำเนินงาน	18
3.2 ปัญหาอุปสรรค	22
3.3 ข้อเสนอแนะ	22
ภาคผนวก	
ก. ภาพกิจกรรม	22

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อโครงการ

นวัตกรรมการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น(จีโอพาร์ค)เชิงสร้างสรรค์เพื่อขยายตลาดภูมิปัญญาสู่การจัดจำหน่ายด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม

1.2 งบประมาณ

300,000 บาท

1.3 หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เฉลิมพระเกียรติ

ผู้รับผิดชอบ นางสาวขวัญอิสรา ภูมิศิริไพบูลย์

เบอร์โทรศัพท์ 084-0325032

อีเมล kwanisara.n@nrru.ac.th

1.4 โปรตรับுகความเชื่อมโยงกับแผนในระดับต่างๆ

1.4.1 ยุทธศาสตร์ใหม่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตามพระราชโบายระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น

1.4.2 เป้าหมายการดำเนินงานโครงการร่วมกัน 9 ด้าน

1. โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นเพื่อขยายตลาดภูมิปัญญาพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก

1.4.3 โครงการบริบทตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (พ.ศ. 2562-2565)

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.4.4 ยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน

1.4.5 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

การท่องเที่ยว

1.4.6 แผนปฏิรูปประเทศ

ด้านสังคม

1.4.7 กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13

2. การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความยั่งยืน

1.5 หลักการและเหตุผล (ปัญหา/ความต้องการของพื้นที่)

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางของยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ เน้นตอบโจทย์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพื่อให้การเติบโตของประเทศเป็นการเติบโตที่ยั่งยืน การยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นเพื่อขยายตลาดภูมิปัญญา ผ่านการส่งเสริมเศรษฐกิจระดับชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพในการแข่งขัน สามารถพึ่งพาตนเองได้ สอดรับกับแนวทางการพัฒนาของกรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) พลิกโฉมประเทศไทยสู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน จึงให้ความสำคัญกับการต่อยอดเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจระดับชุมชน เน้นการกระจายความเจริญสำหรับการพัฒนาชุมชน จังหวัด และภูมิภาค โดยมุ่งเป้าไปที่การผลิตและบริการ มีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนลงไปเพื่อกำกับให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงพื้นที่ จังหวัด ภาค และเมืองเกิดผลสัมฤทธิ์โดยสอดคล้องกับเป้าหมายโดยรวมของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564 : ออนไลน์) พร้อมทั้งการขับเคลื่อนตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ผ่านกลไก “ไทยนิยม อย่างยั่งยืน” ที่ภาครัฐให้ความสำคัญในส่วนของการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนด้วยแนวนโยบายประชารัฐ ที่จะสร้างความยั่งยืนให้กับผู้ประกอบการระดับชุมชนท้องถิ่น

พื้นที่เป้าหมายหลักของโครงการ ได้แก่ อำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภอเฉลิมพระเกียรติ พื้นที่เป้าหมายรอง อำเภอสีคิ้ว อำเภอสูงเนิน และอำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้รับการกำหนดเป็นพื้นที่อุทยานธรณีโคราช มีความโดดเด่นและพิเศษเฉพาะพื้นที่ มีความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ รวมไปถึงเป็นแหล่งซากดึกดำบรรพ์ที่มีคุณค่าในระดับนานาชาติ อีกทั้งมีแหล่งโบราณคดีที่สำคัญ ประเพณีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ที่อยู่ระหว่างการดำเนินการตรวจประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจากยูเนสโก ซึ่งเคยมาตรวจสอบพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา เมื่อปี พ.ศ. 2558 และทางจังหวัดนครราชสีมาได้รับประกาศให้เป็นจีโอพาร์คระดับจังหวัด เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2558 โดยมีพื้นที่ของเขตอุทยานธรณีโคราชครอบคลุมพื้นที่ในเขตอำเภอสีคิ้ว สูงเนิน ขามทะเลสอ เมืองนครราชสีมา และเฉลิมพระเกียรติ (ประเทือง จินตสกุล, 2562) และได้รับการพัฒนาให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวจีโอพาร์ค (Geo - Tourism) การให้ความสำคัญกับประเพณีวัฒนธรรมและวิถีความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโคราชนั้น ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะสร้างความตระหนักรู้และหวงแหนทรัพยากร รวมถึงก่อให้เกิดความเข้าใจประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ด้านการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดความยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงของสภาพการณ์ต่างๆของโลก ปัญหาด้านเศรษฐกิจ โรคระบาดอุบัติใหม่ นำมาสู่การให้ความสำคัญของมรดกทางภูมิปัญญา ที่สามารถนำมาต่อยอดในด้านการสร้างสรรค์และพัฒนาด้านคุณภาพชีวิต การประกอบอาชีพ การ

สร้างวิสาหกิจชุมชนโดยนำนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ และสอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์ สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่มีมิติสำคัญของการดำเนินการ คือสามารถส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีความภาคภูมิใจในท้องถิ่นตนเองและทำให้มีเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็งยิ่งขึ้นผ่านการพัฒนาวัตกรรมการชุมชน อาทิ การสร้างงานใหม่ การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เกิดกระบวนการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนผ่านการเป็นชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการพัฒนาพื้นที่และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน (นาฬิกา ตีภาค แสงสนิท, 2561) ซึ่งปัญหาที่พบระหว่างกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นพบว่า ปัญหาด้านการออกแบบและพัฒนาสินค้าที่ระลึกไม่สามารถจูงใจนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าได้ สินค้าไม่สะท้อนอัตลักษณ์ภูมิปัญญาของชุมชน มาตรฐานและคุณภาพของสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งปัญหาการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มาจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ปัจจัยด้านโรคระบาดอุบัติใหม่ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างมาก การตลาดออนไลน์ด้วยช่องทางดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ดังนั้น ชุมชนจึงควรมีการพัฒนาและปรับตัวให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นให้มีคุณภาพ มาตรฐาน ได้รับการยอมรับหรือผ่านเกณฑ์การประเมิน เช่น ผลิตภัณฑ์ OTOP มาตรฐานสินค้าที่ระลึกนครชัยบุรีรินทร์ มาตรฐานตราสินค้าโคราชจิวเวลรี่ ฯลฯ พร้อมทั้งการพัฒนาด้านการออกแบบสินค้าชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชน ด้วยกระบวนการวิจัย พัฒนา บริการวิชาการ และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชนและมหาวิทยาลัย

ภารกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ที่มุ่งเน้นด้านการพัฒนาและเป็นที่ยึดของท้องถิ่น จึงเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาชุมชนในพื้นที่ ให้เกิดการพัฒนาอัตลักษณ์และยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นเพื่อขยายตลาดภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ และการสร้างความตระหนักและการเพิ่มพูนทักษะการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และการตลาดสินค้าชุมชนให้แก่กลุ่มวิสาหกิจ สู่การจัดจำหน่ายช่องทางธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์ม ตลอดจนเพื่อเป็นการอนุรักษ์ สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนอย่างยั่งยืนและความตระหนักในคุณค่าของถิ่นกำเนิดของตน เกิดความภาคภูมิใจ นวัตกรรมยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์เพื่อขยายตลาดภูมิปัญญา สู่การจัดจำหน่ายด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม จะก่อให้เกิดการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นเพื่อขยายตลาดภูมิปัญญา การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคนในท้องถิ่นและประเทศ และการสร้างโอกาส ความเสมอภาค และความเท่าเทียมกันทางสังคม เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไป

1.6 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ให้แก่พื้นที่เป้าหมาย
- 2) เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ
- 3) เพื่อสร้างทักษะด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์และการตลาดออนไลน์ให้แก่กลุ่มหรือสมาชิกชุมชนเป้าหมาย
- 4) เพื่อเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มและโมบายส์โตร์

1.7 เป้าหมายของตัวชี้วัดความสำเร็จ

เชิงปริมาณ (ให้ระบุเป็นข้อๆ)

ชื่อตัวชี้วัดผลผลิต	หน่วย นับ	ค่า เป้าหมาย	วัดจาก กิจกรรมที่
1) รายงานข้อมูลสินค้าชุมชน	รายงาน	3	1
2) ตราสินค้า	ต้นแบบ	3	2
3) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์	ชิ้น	6,000	2
4) ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับมาตรฐานสินค้าชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ	รางวัล	3	1
5) สื่อเพื่อส่งเสริมการตลาดออนไลน์ของชุมชนเป้าหมาย	สื่อ	3	3
6) คู่มือแผนการสื่อสารการตลาดสินค้าชุมชนในรูปแบบออนไลน์	สื่อ	1	3
7) การเจรจาจับคู่ธุรกิจสินค้าชุมชนและผู้ประกอบการ	กิจกรรม	1	4
8) การจัดทำร้านขายสินค้าชุมชนรูปแบบโมบายส์โตร์	ชิ้น	3	4
9) การจัดทำศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม	กิจกรรม	1	4
10) การเพิ่มยอดขายและเกิดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	ร้อยละ	10	4

เชิงคุณภาพ (ให้ระบุเป็นข้อๆ)

ชื่อตัวชี้วัดผลลัพธ์	หน่วย นับ	ค่าเป้าหมาย	วัดวัตถุประสงค์ ข้อที่
1) องค์กรความรู้ระหว่างชุมชนต้นแบบด้านการยกระดับมาตรฐานสินค้าชุมชนเชิงสร้างสรรค์	กิจกรรม	1	1
2) องค์กรความรู้ด้านการเพิ่มมูลค่าด้วยตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์	กิจกรรม	1	2
3) ความพร้อมในการเข้ารับประเมินมาตรฐานสินค้าชุมชน	กิจกรรม	1	2
4) องค์กรความรู้ด้านการบริหารการขายและการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าชุมชน	กิจกรรม	1	3
5) องค์กรความรู้ด้านการเจรจาจับคู่ค้าทางธุรกิจ	กิจกรรม	1	4
6) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อการกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชนอย่างทั่วถึง	กิจกรรม	1	1, 2, 3
7) เกิดการตระหนักรู้และภาคภูมิใจในคุณค่าของมรดกทางภูมิปัญญา และมีการอนุรักษ์สืบสาน	กิจกรรม	1	1, 2

1.8 กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์

นักเรียนและครู	โรงเรียนบ้านเลิศสวัสดิ์ ต.สีคิ้ว อ.สีคิ้ว และโรงเรียนบ้านโกรกเดือนห้า ต.สุรานรี อ.เมือง จ.นครราชสีมา
นักศึกษา	นักศึกษาศาखाวิชาการจัดการโรงแรมและนวัตกรรมการบริการ และสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว การจัดประชุมและนิทรรศการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ประชาชน	ประชาชนในพื้นที่โครงการ หมู่บ้านโกรกเดือนห้า ตำบลสุรนารี หมู่บ้านใหม่ ตำบลท่าช้าง และหมู่บ้านเลิศสวัสดิ์ ตำบลสีคิ้ว
ผู้สูงอายุ	

1.9 พื้นที่ดำเนินการ (ระบุโดยละเอียดว่าอำเภอไหน ตำบลไหน หมู่บ้านไหนบ้าง)

อำเภอ

- (✓) 1. เมืองนครราชสีมา
- (✓) 2. เฉลิมพระเกียรติ
- (✓) 3. สีคิ้ว

หมู่บ้าน

- หมู่บ้านโกรกเดือนห้า ตำบลสุนารี
- หมู่บ้านใหม่ ตำบลท่าช้าง
- หมู่บ้านเลิศสวัสดิ์ ตำบลสีคิ้ว

บทที่ 2

รายละเอียดการดำเนินงาน

2.1 กิจกรรมที่ดำเนินการ

กิจกรรมภายใต้โครงการนวัตกรรมการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (จีโอพาร์ค) เชียงสร้างสรรค์เพื่อขยายตลาดภูมิปัญญาสู่การจัดจำหน่ายด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม มีกิจกรรมภายใต้โครงการจำนวน 3 กิจกรรม ตามรายละเอียด ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 การสำรวจข้อมูลเพื่อการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ จัดกิจกรรมวันที่ 22 - 25 มีนาคม 2565 ณ หมู่บ้านโกรกเดือนห้า ตำบลสุรนารี อำเภอเมืองนครราชสีมา หมู่บ้านใหม่ ตำบลท่าช้าง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และหมู่บ้านเลิศสวัสดิ์ ตำบลสีคิ้ว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

กิจกรรมที่ 2 การอบรมเชิงปฏิบัติการการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จัดกิจกรรมระหว่างวันที่ 9 - 10 เมษายน 2565 ณ ห้องประชุมชั้น 2 อาคารสิรินธร สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

กิจกรรมที่ 3 การอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดทำแผนการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ จัดกิจกรรมระหว่างวันที่ 18 - 20 พฤษภาคม 2565 ณ ห้องประชุมชั้น 2 อาคารสิรินธร พิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหินฯ, ชุมชนท่าช้าง โคราซจีโอพาร์ค อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และชุมชนบ้านเลิศสวัสดิ์ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมการอบรมการส่งเสริมทักษะด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์และการตลาดออนไลน์ และการเจรจาทางธุรกิจ โคราซจีโอพาร์ค โอท็อป เฟสตีวัล จัดกิจกรรมระหว่างวันที่ 26 - 28 สิงหาคม 2565 ณ พิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหินฯ สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีฯ จังหวัดนครราชสีมา

โดยแต่ละกิจกรรมมีรายละเอียดการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนี้

กิจกรรม	รายละเอียดการดำเนินงาน
กิจกรรมที่ 1 การสำรวจข้อมูลเพื่อการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์	- คณะดำเนินงานลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลสินค้าชุมชนที่จะพัฒนา ข้อมูลเชิงพื้นที่สำรวจปัญหาและความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าที่ระลึกจีโอพาร์ค ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสินค้าชุมชน ผลการดำเนินงาน รายงานข้อมูลสินค้าชุมชน ข้อมูลการรวมกลุ่ม มาตรฐานสินค้าที่เคยได้รับ ข้อมูลด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และ

กิจกรรม	รายละเอียดการดำเนินงาน
	<p>การทำการตลาดสินค้าชุมชนในปัจจุบันเพื่อนำเสนอตัวอย่างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ณ ชุมชนโดยใช้โมเดลคู่หูนักคิด..คิดต่อยอด เพิ่มค่า หากจุดต่าง</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดกิจกรรมวันที่ 22 - 25 มีนาคม 2565 - พื้นที่การศึกษา พื้นที่ตำบลท่าช้าง นำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋าเสื้อทอ ที่พัฒนามาจากการขายเสื้อทอ โดยทางชุมชนได้มีความต้องการด้านการพัฒนาแพคเกจผลิตภัณฑ์ - ชุมชนท่องเที่ยวบ้านเลิศสวัสดิ์ มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ยาต้มสมุนไพรและสเปรย์สมุนไพรไผ่ไผ่ ซึ่งเชื่อมโยงกับกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ คือการเดินทางสำรวจเส้นทางศึกษาธรรมชาติ และชุมชนมีความต้องการพัฒนาแพคเกจให้น่าซื้อน่าสนใจ - ชุมชนบ้านโกรกเดือนห้า ตำบลสุรนารี นำเสนอสินค้าชุดย้อมผ้าอ้อมโคปรีนทีดีไอวาย ซึ่งชุมชนเกิดปัญหาด้านการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จึงได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ ชุดสมุนไพรลูกประคบตำรับพื้นบ้าน เพื่อเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชนที่เป็นเกษตรกรและมีการปลูกสมุนไพรตัดจำหน่าย และเพื่อส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชน - ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาของโครงการ การดำเนินงานในระยะเริ่มต้นทั้งสามพื้นที่เป้าหมาย ไม่สามารถดำเนินการตามกำหนดการที่วางแผนเอาไว้ด้วยข้อจำกัดด้านการแพร่ระบาดของโรคไวรัส Covid-19 ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการทำงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์
<p>กิจกรรมที่ 2 การอบรมเชิงปฏิบัติการการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คณะดำเนินงานจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับวิทยากร นายจักรพงษ์ ชินกระโทก บริษัทฟายโพล์จำกัด ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสินค้าท้องถิ่นด้วยอเดียสร้างสรรค์ และตัวแทนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ระหว่างชุมชนต้นแบบด้านการยกระดับสินค้าชุมชนเชิงสร้างสรรค์ - จัดกิจกรรม วันที่ 9 - 10 เมษายน 2565 ณ ห้องประชุมชั้น 2 อาคารสิรินธร สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา - จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม 35 คน - เนื้อหาและหัวข้อการพัฒนาและองค์ความรู้ที่ได้รับ

กิจกรรม	รายละเอียดการดำเนินงาน
	<ol style="list-style-type: none"> 1. “ของที่ระลึกชุมชนจีโอพาร์ค...สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน” 2. “ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ” 3. “การรังสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน” 4. การปฏิบัติการเชิงปฏิบัติการ <ul style="list-style-type: none"> - ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม ชุมชนได้รับความรู้และเกิดแนวคิดนำไปสู่การพัฒนา 1. ตราสินค้า 2. ต้นแบบแพคเกจ 3. มาตรฐานโอทอป 4. คู่มือแผนการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าชุมชนจีโอพาร์ค - ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน เนื่องจากพื้นที่เป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าจีโอพาร์คทั้ง 3 พื้นที่นั้น มีระยะทางห่างกัน จึงทำให้เกิดปัญหาด้านการเดินทางในการเข้าร่วมการอบรม จึงได้มีการวางแผนแบ่งคณะทำงานเป็นที่เลี้ยงประจำพื้นที่เพื่อประสานงานและจัดกิจกรรมอบรมผ่านระบบไฮบริด เพื่อลดปัญหาการเดินทางเข้าร่วมอบรม
<p>กิจกรรมที่ 3</p> <p>การอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดทำแผนการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คณะดำเนินงานจัดกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดทำแผนการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ กับคณะวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มองค์ความรู้และต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าให้มีความโดดเด่นแก่สินค้าชุมชนอย่างสร้างสรรค์ - จัดกิจกรรมวันที่ 18 - 20 พฤษภาคม 2565 ณ ห้องประชุมชั้น 2 อาคารสิรินธรพิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหินฯ, ชุมชนท่าช้างโคราชจีโอพาร์ค อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และชุมชนบ้านเลิศสวัสดิ์ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา - จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม 60 คน - เนื้อหาและหัวข้อการพัฒนาและองค์ความรู้ที่ได้รับ <ol style="list-style-type: none"> 1. “มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน” โดย นางสาวปรีดี รักษาทรัพย์ พัฒนาชุมชนอำเภอเฉลิมพระเกียรติ วิทยากร 2. “ต่อยอด สร้างสรรค์ สร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” โดย พันเอกนาวิน ปรีชาพาณิชกุล ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษ 2 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการปฏิบัติการเชิงปฏิบัติการ วิทยากร

กิจกรรม	รายละเอียดการดำเนินงาน
	<p>3. “ปรับโฉม...แต่ดั้งเดิม...ผลิตภัณฑ์ชุมชนโคราชจีโอพาร์คให้น่าซื้อ” โดย นายจักรพงษ์ ชินกระโทก บริษัทฟายด์โพลด์ จำกัด วิทยากร</p> <p>4. “การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์โคราชจีโอพาร์ค” โดยวิทยากรพี่เลี้ยง</p> <p><u>กลุ่มผลิตภัณฑ์สายรัดและลูกประคบสมุนไพร บ้านโกรกเดือนห้า</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นางสาวรวงคณา นามแสง 2. นางนันทิตา ยุ่นกระโทก 3. นางฟ้าสาาง สาอุตม์ <p><u>กลุ่มกระเป๋าเสื้อทอไทรนงามท่าช้าง อ.เฉลิมพระเกียรติ</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นางสาวนันทกร อาษาสุวรรณ 2. นางสาวสุภัทรา บุญลำพู 3. นางสาวขวัญอิสรา ภูมิศิริไพบุลย์ <p><u>กลุ่มยาต้มและสเปรย์ไต้ยุงสมุนไพร ชุมชนบ้านเลิศสวัสดิ์ อ.สีคิ้ว</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นางสาวนุชนารถ จันทร์พิทักษ์ 2. นางอรวรรณ จรปฐุ 3. นางสาวธิภัทร์ ธรรมโชติ <p>- ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์โคราชจีโอพาร์ค ชุมชนได้รับความรู้และเกิดแนวคิดนำไปสู่การพัฒนาตราสินค้าที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์ การส่งมอบต้นแบบแพคเกจ และเกิดแนวความคิดด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย การดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าให้เกิดเชื่อมโยงกับเรื่องราวของโคราชจีโอพาร์ค ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกิจกรรมท่องเที่ยวของพื้นที่ และด้านการบริหารจัดการการจัดกิจกรรมการอบรมและลงพื้นที่ทั้ง 3 ตำบล ได้มีการแบ่งทีมพี่เลี้ยงเพื่อรับผิดชอบการประสานงานและการจัดอบรมและประชุมในแต่ละตำบลเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการเดินทาง และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน และมหาวิทยาลัยให้มีความคุ้นเคย เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมให้ความรู้โดยการเชิญวิทยากรภาคเอกชน และภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนา</p>

กิจกรรม	รายละเอียดการดำเนินงาน
	<p>ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เป็นการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาให้แก่ชุมชนในอนาคต</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตามกิจกรรมด้านการพัฒนาสินค้าให้ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับนั้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ Premium set ยาดมสมุนไพรเลิศรสรสดี และสายรัดประคบสมุนไพร เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องขอขึ้นทะเบียนใหม่ และอยู่ระหว่างการรอรับพิจารณา
<p>กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมการอบรมการส่งเสริมทักษะด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์และการตลาดออนไลน์ และการเจรจาทางธุรกิจ โคราชจีโอพาร์ค โอท็อป เฟสตีวัล</p>	<ul style="list-style-type: none"> - คณะดำเนินงานจัดกิจกรรมกิจกรรมการอบรมการส่งเสริมทักษะด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์และการตลาดออนไลน์ และการเจรจาทางธุรกิจ โคราชจีโอพาร์ค โอท็อป เฟสตีวัล เพื่อสร้างโอกาสเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างเครือข่ายในการจัดจำหน่ายสินค้า - จัดกิจกรรมวันที่ 26 - 28 สิงหาคม 2565 ณ พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหินฯ จังหวัดนครราชสีมา - เนื้อหาและหัวข้อการพัฒนาและองค์ความรู้ที่ได้รับ <ol style="list-style-type: none"> 1. “การถ่ายรูปสินค้าเพื่อลงโฆษณาออนไลน์” โดยวิทยากร : นายวงศกร สิงหรวงศ์ นักประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา 2. “Story Telling เรื่องเล่าจีโอพาร์คเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการตลาด” 3. “เปิดประตูสินค้าโคราชจีโอพาร์คสู่โลกธุรกิจดิจิทัล และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการสำหรับสินค้าโคราชจีโอพาร์ค” โดยวิทยากร : คุณสมลักษณ์ ศรีสุวรรณ ประธาน Bizclub จังหวัดนครราชสีมา และคุณอรพรรณ กอบวิทยา 4. “ไอเดียสร้างสรรค์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ท้องถิ่น” โดยวิทยากร : ผศ.ดร.สุจิตา วรรณะปกรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา 5. “บ่มเพาะไอเดียสร้างสรรค์ ต่อยอดการดำเนินธุรกิจ และคุ้มครองสิทธิ์ด้วยทรัพย์สินทางปัญญา” โดยวิทยากร : ศุภย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

กิจกรรม	รายละเอียดการดำเนินงาน
	- ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม กลุ่มชุมชนได้รับโอกาสเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างเครือข่ายในการจัดจำหน่ายสินค้า และความรู้ในการบริหารจัดการระบบหลังบ้านของช่องทางจัดจำหน่ายดิจิทัลแพลตฟอร์ม

2.2 ผลผลิตจากการดำเนินโครงการ (Output)

ชื่อตัวชี้วัดผลผลิต	หน่วย นับ	ค่า เป้าหมาย	วัดจาก กิจกรรมที่
1) รายงานข้อมูลสินค้าชุมชน	รายงาน	3	1
2) ตราสินค้า	ต้นแบบ	3	2
3) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์	ชิ้น	6,000	2
4) ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับมาตรฐานสินค้าชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ	รางวัล	3	1
5) สื่อเพื่อส่งเสริมการตลาดออนไลน์ของชุมชนเป้าหมาย	สื่อ	3	3
6) คู่มือแผนการสื่อสารการตลาดสินค้าชุมชนในรูปแบบออนไลน์	สื่อ	1	3
7) การเจรจาจับคู่ธุรกิจสินค้าชุมชนและผู้ประกอบการ	กิจกรรม	1	4
8) การจัดทำร้านขายสินค้าชุมชนรูปแบบโมบายสตรี	ชิ้น	3	4
9) การจัดทำศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม	กิจกรรม	1	4
10) การเพิ่มยอดขายและเกิดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	ร้อยละ	10	4

2.3 ผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ (Outcome)

ชื่อตัวชี้วัดผลลัพธ์	หน่วยนับ	ค่า เป้าหมาย	วัด วัตถุประสงค์ ข้อที่
1) องค์กรความรู้ระหว่างชุมชนต้นแบบด้านการยกระดับมาตรฐานสินค้าชุมชนเชิงสร้างสรรค์	กิจกรรม	1	1
2) องค์กรความรู้ด้านการเพิ่มมูลค่าด้วยตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์	กิจกรรม	1	2

ชื่อตัวชี้วัดผลลัพธ์	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	วัดวัตถุประสงค์ข้อที่
3) ความพร้อมในการเข้ารับประเมินมาตรฐานสินค้าชุมชน	กิจกรรม	1	2
4) องค์ความรู้ด้านการบริหารการขายและการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าชุมชน	กิจกรรม	1	3
5) องค์ความรู้ด้านการเจรจากับคู่ค้าทางธุรกิจ	กิจกรรม	1	4
6) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อการกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชนอย่างทั่วถึง	กิจกรรม	1	1, 2, 3
7) เกิดการตระหนักรู้และภาคภูมิใจในคุณค่าของมรดกทางภูมิปัญญา และมีการอนุรักษ์สืบสาน	กิจกรรม	1	1, 2

2.4 ผลลัพธ์ตามตัวชี้วัดกรอบการดำเนินงาน TOR

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
รายงานข้อมูลสินค้าชุมชน	3	3
ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับมาตรฐานสินค้าชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ	3	1
ตราสินค้า	3	3
บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์	6,000	2,000
สื่อเพื่อส่งเสริมการตลาดออนไลน์ของชุมชนเป้าหมาย	3	-
คู่มือแผนการสื่อสารการตลาดสินค้าชุมชนในรูปแบบออนไลน์	1	1
การเจรจากับคู่ธุรกิจสินค้าชุมชนและผู้ประกอบการ	1	1
การจัดทำร้านขายสินค้าชุมชนรูปแบบโมบายสโตร์	3	3
การจัดทำศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม	1	1
การเพิ่มยอดขายและเกิดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์	10	

2.5 หน่วยงาน/เครือข่ายที่ร่วมดำเนินโครงการ (ระบุรายชื่อหน่วยงาน)

หน่วยงานร่วมดำเนินการ (ภายใน)

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หน่วยงานร่วมดำเนินการ (ภายนอก)

อุทยานธรรมนิโคราช
ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา
พัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครราชสีมา
องค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง
องค์การบริหารส่วนตำบลสุรนารี
องค์การบริหารและพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว

2.6 จำนวนองค์ความรู้/ ชุดความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น (ระบุว่าเรื่องอะไรบ้าง)

1. แนวความคิดการพัฒนาสินค้าที่ระลึกชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์อย่างสร้างสรรค์
 - การต่อยอด สร้างสรรค์ สร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น
 - วิธีการปรับโฉม...แต่งแต้ม...ผลิตภัณฑ์ชุมชนโคราชจีโอพาร์คให้น่าซื้อ
2. องค์ความรู้การบริหารจัดการระบบหลังบ้านของช่องทางจัดจำหน่ายดิจิทัลแพลตฟอร์ม
 - การถ่ายรูปสินค้าเพื่อลงโฆษณาออนไลน์
 - การอบรมไอเดียสร้างสรรค์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ท้องถิ่น
3. เทคนิคการทำตลาดเพื่อสินค้าที่ระลึกโคราชจีโอพาร์ค
 - การอบรม Story Telling เรื่องเล่าจีโอพาร์คเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการตลาด
4. องค์ความรู้การบริหารจัดการกลุ่มเพื่อการกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชนอย่างทั่วถึง
5. องค์ความรู้ด้านมาตรฐานสินค้า
 - การบ่มเพาะไอเดียสร้างสรรค์ ต่อยอดการดำเนินธุรกิจ และคุ้มครองสิทธิ์ด้วยทรัพย์สินทางปัญญา”
 - มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.7 จำนวนรายวิชาที่มีการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น (ระบุว่าได้มีการบูรณาการกับการเรียน การสอนที่รายวิชา)

รายวิชาที่เกิดการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น จำนวน 2 รายวิชา ได้แก่ การจัดการสปา และการจัดการธุรกิจไมซ์

บทที่ 3

สรุปผลการดำเนินงาน

3.1 สรุปผล

เชิงปริมาณ (ให้ระบุเป็นข้อๆ)

- 1) รายงานข้อมูลสินค้าชุมชนจากพื้นที่พัฒนา จำนวน 3 รายงาน
- 2) ต้นแบบตราสินค้า จำนวน 2 ต้นแบบ
 - ผลิตภัณฑ์กระเป๋าเสื้อทำซ้าง ใช้ตราสินค้าเดิมตามความต้องการของชุมชน
 - Premium set ยาดมสมุนไพรเลิศรสส์ ได้รับการออกแบบตราสินค้าจากโครงการและนำมาใช้เป็นตราสินค้าใหม่
 - สายรัดประคบสมุนไพร บ้านโกรกเดือนห้า ได้รับการออกแบบตราสินค้าจากโครงการและนำมาใช้เป็นตราสินค้าใหม่
- 3) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย
 - ถุงผ้าถนอมกระเป๋า จำนวน 100 ใบ และถุงพรีเมียมพิมพ์ตราสินค้าขนาด 30x26 นิ้ว กระดาษอาร์ตเคลือบ UV PVC เงา-ด้าน ปึ่มนูน หูหิ้ว จำนวน 100 ใบ สำหรับผลิตภัณฑ์กระเป๋าเสื้อทำซ้าง
 - กล่อง Premium set ขนาด 12x10 ซม. พร้อมพิมพ์ตราและรายละเอียดสินค้า จำนวน 100 ใบ สำหรับยาดมสมุนไพรเลิศรสส์
 - กล่องกระดาษคราฟท์ ขนาด 20x30 ซม. พร้อมพิมพ์ตราและรายละเอียดสินค้า จำนวน 60 ชุด สำหรับ สายรัดประคบสมุนไพร บ้านโกรกเดือนห้า
 - สติกเกอร์ PVC ใส สำหรับตราสินค้า จำนวน 30 ตารางเมตร (ตารางเมตรละ 600 ดวง)
- 4) ผลิตภัณฑ์กระเป๋าเสื้อทำซ้าง ได้รับมาตรฐานสินค้า “มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน” (มผช.)
- 5) สื่อวีดิโอเพื่อส่งเสริมการตลาดออนไลน์ของชุมชน จำนวน 3 คลิป
- 6) คู่มือแผนการสื่อสารการตลาดสินค้าชุมชนในรูปแบบออนไลน์ จำนวน 1 เล่ม
- 7) กิจกรรมการเจรจาจับคู่ธุรกิจสินค้าชุมชนและผู้ประกอบการ ระหว่างวันที่ 26 - 28 สิงหาคม 2565 ภายใต้กิจกรรมการอบรมการส่งเสริมทักษะด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์และการตลาดออนไลน์ และการเจรจาทางธุรกิจ โคราชจีโอพาร์ค โอท็อป เฟสตีวัล ณ พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหินฯ สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีฯ จังหวัดนครราชสีมา
- 8) การจัดทำร้านขายสินค้าชุมชนรูปแบบโมบายสตรี จำนวน 3 ชั้น
- 9) การจัดทำศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม

- Facebook Fanpage ชื่อ กระจ่างเสื่อท่าช้าง และ Shopee ชื่อ กระจ่างเสื่อแฮนด์เมด จำหน่ายผลิตภัณฑ์กระจ่างเสื่อท่าช้าง

- Facebook Fanpage ชื่อ ชุมชนท่องเที่ยวจิวโอพาร์ควัดเขาจันทร์งาม จำหน่าย Premium set ยาดมสมุนไพรเลิศรสดี และผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ

- Facebook Fanpage ชื่อ สมุนไพรบ้านโกรกเดือนห้า ต.สุรนารี โคราช จำหน่ายสายรัดประคบสมุนไพร และผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ

10) การเพิ่มยอดขายและเกิดรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

เชิงคุณภาพ (ให้ระบุเป็นข้อๆ)

1) องค์ความรู้ระหว่างด้านการยกระดับมาตรฐานสินค้าชุมชนเชิงสร้างสรรค์

2) องค์ความรู้ด้านการเพิ่มมูลค่าด้วยตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

3) ความพร้อมในการเข้ารับประเมินมาตรฐานสินค้าชุมชน

4) องค์ความรู้ด้านการบริหารการขายและการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าชุมชน

5) องค์ความรู้ด้านการเจรจากับคู่ค้าทางธุรกิจ

6) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อการกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชนอย่างทั่วถึง

7) เกิดการตระหนักรู้และภาคภูมิใจในคุณค่าของมรดกทางภูมิปัญญา และมีการอนุรักษ์สืบสาน

3.2 สรุปในภาพรวมของการดำเนินโครงการ (ผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ)

โครงการนวัตกรรมยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น(จิวโอพาร์ค)เชิงสร้างสรรค์เพื่อขยายตลาดภูมิปัญญาสู่การจัดจำหน่ายด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม มีวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดความสำเร็จโครงการ เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างทักษะด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์และการตลาดออนไลน์สำหรับการเพิ่มยอดขายด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มและโมบายส์โตร์ และการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มเพื่อการกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดการตระหนักรู้และภาคภูมิใจในคุณค่าของมรดกทางภูมิปัญญา และมีการอนุรักษ์สืบสาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการดำเนินโครงการ คือชุมชนเป้าหมายเกิดองค์ความรู้ด้านการยกระดับสินค้าชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ด้านมาตรฐานสินค้าชุมชน และด้านการบริหารการขายและการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชนโคราชจิวโอพาร์คได้รับมาตรฐานสินค้าชุมชน และมีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างโอกาสให้ชุมชนได้รับการเจรจากับคู่ค้าทางธุรกิจเพื่อการเพิ่มยอดขายและเกิดรายได้เพิ่มขึ้น

การดำเนินโครงการแบ่งกิจกรรมออกเป็น 4 กิจกรรม โดยแต่ละกิจกรรมได้มีการกำหนดรูปแบบการดำเนินกิจกรรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ ได้แก่ กิจกรรมการสำรวจข้อมูลเพื่อการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ คณะดำเนินงานลงพื้นที่เพื่อสำรวจข้อมูลสินค้าชุมชนที่จะพัฒนา ข้อมูลเชิงพื้นที่ สำรวจปัญหาและความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าที่ระลึกจีโอพาร์ค ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสินค้าชุมชน ผลการดำเนินงาน โครงการได้รับรายงานข้อมูลสินค้าชุมชน ข้อมูลการรวมกลุ่ม มาตรฐานสินค้าที่เคยได้รับ ข้อมูลด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และการทำการตลาดสินค้าชุมชนในปัจจุบันเพื่อนำเสนอตัวอย่างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ณ ชุมชนโดยใช้โมเดลคู่หนูนักคิด..คิดต่อยอด เพิ่มค่า หากจุดต่าง จัดกิจกรรมวันที่ 22 - 25 มีนาคม 2565 พื้นที่การศึกษา ได้แก่ พื้นที่ตำบลท่าช้าง นำเสนอผลิตภัณฑ์กระเป๋าเสื้อทอ ที่พัฒนามาจากการขายเสื้อทอ โดยทางชุมชนได้มีความต้องการด้านการพัฒนาแพคเกจผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวบ้านเลิศสวัสดิ์ มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์อาดมสมุนไพรและสเปร์ยสมุนไพรลอยง ซึ่งเชื่อมโยงกับกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ คือการเดินทางเส้นทางศึกษาธรรมชาติ และชุมชนมีความต้องการพัฒนาแพคเกจให้น่าสนใจ และชุมชนบ้านโกรกเดือนห้า ตำบลสุรนารี นำเสนอสินค้าชุดย้อมผ้าไอศกรีมที่ไอวาย ซึ่งชุมชนเกิดปัญหาด้านการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จึงได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ ชุดสมุนไพรลูกประคบตำรับพื้นบ้าน เพื่อเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชนที่เป็นเกษตรกรและมีการปลูกสมุนไพรดัดจำหน่าย และเพื่อส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชน

กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน คณะดำเนินงานจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการและกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับวิทยากร นายจักรพงษ์ ชินกระโทก บริษัทฟายโพลีค จำกัด ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสินค้าท้องถิ่นด้วยอเดียสร้างสรรค์ และตัวแทนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ระหว่างชุมชนต้นแบบด้านการยกระดับสินค้าชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เมื่อวันที่ 9 - 10 เมษายน 2565 ณ ห้องประชุมชั้น 2 อาคารสิรินธร สถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินและทรัพยากรธรณีฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม 35 คน โดยมีเนื้อหาและหัวข้อการพัฒนาและองค์ความรู้ที่ได้รับ ดังนี้ “ของที่ระลึกชุมชนจีโอพาร์ค...สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน” “ผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบ” และ“การรังสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน” จากกิจกรรมดังกล่าวทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์ และความรู้และเกิดแนวคิดนำไปสู่การพัฒนา ตราสินค้า ต้นแบบแพคเกจมาตรฐานโอท็อป และคู่มือแผนการตลาดออนไลน์สำหรับสินค้าชุมชนจีโอพาร์ค

กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดทำแผนการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ให้เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ คณะดำเนินงานจัดกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการโดยเชิญคณะวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มองค์ความรู้และต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าให้มีความโดดเด่นแก่สินค้าชุมชนอย่างสร้างสรรค์ จัดกิจกรรมวันที่ 18 - 20 พฤษภาคม 2565 ณ ห้องประชุมชั้น 2 อาคารสิรินธร พิพิธภัณฑน์ไม้กลายเป็นหินฯ, ชุมชน

ท่าช้างโคราชจีโอพาร์ค อำเภอเฉลิมพระเกียรติ และชุมชนบ้านเลิศสวัสดิ์ อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 60 คน มีเนื้อหาและหัวข้อการพัฒนาและองค์ความรู้ที่ได้รับ ดังนี้ “มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน” โดย นางสาวปรียัติ รักษาทรัพย์ พัฒนาชุมชนอำเภอเฉลิมพระเกียรติ “ต่อยอด สร้างสรรค์ สร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น” โดย พันเอกนาวิน ปรีชาพาณิชย์กุล ผู้จัดการสำนักงานพื้นที่พิเศษ 2 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการปฏิบัติการเชิงปฏิบัติการ “ปรับโฉม...แต่ดั้งเดิม... ผลิตภัณฑ์ชุมชนโคราชจีโอพาร์คให้น่าซื้อ” โดย นายจักรพงษ์ ชินกระโทก บริษัทพายด์โฟลค์ จำกัด และ “การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์โคราชจีโอพาร์ค” โดย วิทยากรพี่เลี้ยงจากสถาบันวิจัยไม้กลายเป็นหินฯ สิ่งที่คุณะดำเนินงานและชุมชนได้รับจากการดำเนินกิจกรรมในครั้งนี้ คือ การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์โคราชจีโอพาร์ค และเกิดแนวคตินำไปสู่การพัฒนาตราสินค้าที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์ การส่งมอบต้นแบบแพคเกจ และเกิดแนวความคิดด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย การดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าให้เกิดเชื่อมโยงกับเรื่องราวของโคราชจีโอพาร์ค ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกิจกรรมท่องเที่ยวของพื้นที่ และด้านการบริหารจัดการการจัดกิจกรรมการอบรมและลงพื้นที่ทั้ง 3 ตำบล ได้มีการแบ่งทีมพี่เลี้ยงเพื่อรับผิดชอบการประสานงานและการจัดอบรมและประชุมในแต่ละตำบลเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการเดินทาง และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน และมหาวิทยาลัยให้มีความคุ้นเคย เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมให้ความรู้โดยการเชิญวิทยากรภาคเอกชน และภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เป็นการสร้างเครือข่ายด้านการพัฒนาให้แก่ชุมชนในอนาคต

กิจกรรมการอบรมการส่งเสริมทักษะด้านการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์และการตลาดออนไลน์ และการเจรจาทางธุรกิจ โคราชจีโอพาร์ค โอท็อป เฟสตีวัล เพื่อสร้างโอกาสเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างเครือข่ายในการจัดจำหน่ายสินค้า จัดกิจกรรมวันที่ 26 - 28 สิงหาคม 2565 ณ พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหินฯ จังหวัดนครราชสีมา โดยมีเนื้อหาและหัวข้อการพัฒนาและองค์ความรู้ที่ได้รับในเรื่อง “การถ่ายรูปสินค้าเพื่อลงโฆษณาออนไลน์” โดย นายวงศกร สิงหรวงศ์ นักประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา การสร้าง “Story Telling เรื่องเล่าจีโอพาร์คเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการตลาด” กิจกรรม “เปิดประตูสินค้าโคราชจีโอพาร์คสู่โลกธุรกิจดิจิทัล และการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการสำหรับสินค้าโคราชจีโอพาร์ค” โดยคุณสมลักษณ์ ศรีสุวรรณ ประธาน Bizclub จังหวัดนครราชสีมา และคุณอรรณพ กอบวิทยา “ไอเดียสร้างสรรค์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ท้องถิ่น” โดย ผศ.ดร.สุธิดา วรรณนะปรกรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และ “บ่มเพาะไอเดียสร้างสรรค์ ต่อยอดการค้าเงินธุรกิจ และคุ้มครองสิทธิด้วยทรัพย์สินทางปัญญา” โดยศุภณย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินกิจกรรม กลุ่มชุมชนได้รับโอกาสเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การสร้างเครือข่ายในการจัดจำหน่ายสินค้า และความรู้ในการบริหารจัดการระบบหลังบ้านของช่องทางจัดจำหน่ายดิจิทัลแพลตฟอร์ม

3.2 องค์ความรู้ และนวัตกรรมที่เกิดจากการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการได้สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมต่างๆที่เป็นประโยชน์ให้แก่พื้นที่พัฒนา ดังนี้

- แนวความคิดการพัฒนาสินค้าที่ระลึกชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์อย่างสร้างสรรค์
- องค์ความรู้การบริหารจัดการระบบหลังบ้านของช่องทางจัดจำหน่ายดิจิทัลแพลตฟอร์ม ได้แก่ การถ่ายรูปสินค้าเพื่อลงโฆษณาออนไลน์ การอบรมไอเดียสร้างสรรค์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ท้องถิ่น
- องค์ความรู้ เทคนิคการทำตลาดเพื่อสินค้าที่ระลึกโคราชจีโอพาร์ค ผ่านการใช้ Story Telling เรื่องเล่าจีโอพาร์คเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการตลาด
- องค์ความรู้การบริหารจัดการกลุ่มเพื่อการกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชนอย่างทั่วถึง
- องค์ความรู้ด้านมาตรฐานสินค้า เพื่อต่อยอดการดำเนินธุรกิจ และคุ้มครองสิทธิ์ด้วยทรัพย์สินทางปัญญา”

3.3 ปัญหาอุปสรรค

- การดำเนินงานในระยะเริ่มต้นทั้งสามพื้นที่เป้าหมาย ไม่สามารถดำเนินการตามกำหนดการที่วางแผนเอาไว้ด้วยข้อจำกัดด้านการแพร่ระบาดของโรคไวรัส Covid-19 ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการทำงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์
- เนื่องจากพื้นที่เป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าจีโอพาร์คทั้ง 3 พื้นที่นั้น มีระยะทางห่างกัน จึงทำให้เกิดปัญหาด้านการเดินทางในการเข้าร่วมการอบรม จึงได้มีการวางแผนแบ่งคณะทำงานเป็นที่เลี้ยงประจำพื้นที่เพื่อประสานงานและจัดกิจกรรมอบรมผ่านระบบไฮบริด เพื่อลดปัญหาการเดินทางเข้าร่วมอบรม
- ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตามกิจกรรมด้านการพัฒนาสินค้าให้ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับนั้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์ Premium set ยาดมสมุนไพรเลิศรส สวีตี้ และสายรัดประคบสมุนไพร เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องขอขึ้นทะเบียนใหม่ และอยู่ระหว่างการรอรับพิจารณา

3.4 ข้อเสนอแนะ

- การกำหนดให้มีกิจกรรมการสำรวจปัญหาและความต้องการของพื้นที่ก่อนการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้เกิดความเหมาะสม
- การแลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดองค์ความรู้ระหว่างชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกัน หรือการทำ การ Benchmarking เพื่อสร้างการพัฒนา
- การจัดกิจกรรมอบรมหัวข้อที่เป็นองค์ความรู้ นวัตกรรมและการทบทวนแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย เพื่อกำหนดทิศทางการดำเนินงานแก่คณะดำเนินงานผู้รับผิดชอบกิจกรรม

ภาคผนวก

ภาพประกอบกิจกรรมการสำรวจข้อมูลเพื่อการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์



กิจกรรมการลงสำรวจพื้นที่บ้านโกรกเดือนห้า



กิจกรรมการลงสำรวจพื้นที่บ้านใหม่ไทรงาม



กิจกรรมการลงสำรวจพื้นที่บ้านเลิศสวัสดิ์



ข้อมูลผลิตภัณฑ์



ข้อมูลผลิตภัณฑ์



ข้อมูลผลิตภัณฑ์



ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนาร่วมกับชุมชน



ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนาร่วมกับชุมชน



ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนาร่วมกับชุมชน



ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนาร่วมกับชุมชน

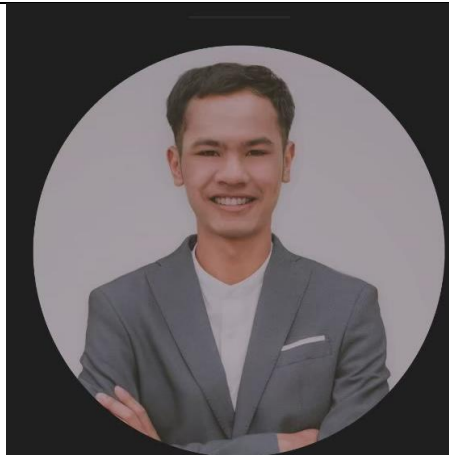


ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนาร่วมกับชุมชน



ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนาร่วมกับชุมชน

ภาพประกอบกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ชุมชน



Jakkapong Chinkrathok (Tontarn)



ภาพประกอบกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ราคา (Pricing)

ข้อมูลด้านรายได้ Tourism Income

- รายได้ที่เป็นค่ากิจกรรม
- รายได้ที่เกิดจากการขายสินค้าหรือของที่ระลึก
- รายได้จากเงินจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ข้อมูลต้นทุน ค่าใช้จ่ายและ การจัดสรรรายได้ Costs /Expenses /Community Fund

ต้นทุนค่าใช้จ่าย:

- ค่าขนส่ง
- ค่าวัสดุ
- ค่าเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ
- ค่าบรรจุภัณฑ์

การจัดสรรรายได้:

- ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- ค่าใช้จ่ายในการตลาด
- เงินปันผลแก่สมาชิก
- เงินสำรองฉุกเฉิน
- เงินอุดหนุนหรือเงินช่วยเหลือ

ข้อมูลนักท่องเที่ยว Tourist Data


- จำนวนนักท่องเที่ยว
- ระยะเวลา
- ช่วงวัย
- ลักษณะของนักท่องเที่ยว


การสร้างช่องทางการตลาด

ดำเนินการด้วยตัวเอง



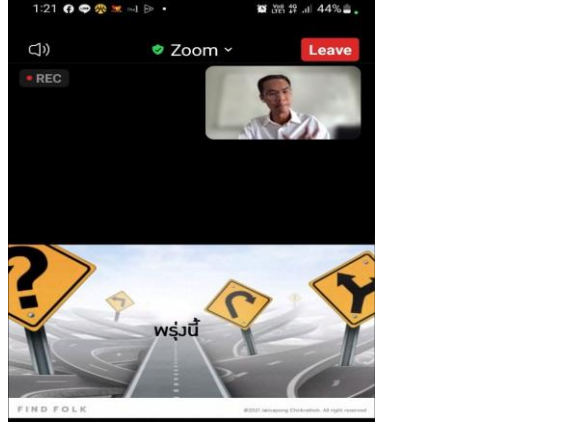
หากมีเพื่อนร่วมทาง



ความคิดสร้างสรรค์

- ความคิดแตกต่างและการสร้างทางเลือกใหม่
- การคิดนอกกรอบ/คิดอย่างมีอิสระ
- การมองเห็นประโยชน์และคุณค่าจากสิ่งที่มีอยู่หรือสิ่งใหม่
- การปรับปรุงให้ของที่มี ดีขึ้นเรื่อยๆ
- สิ่งประดิษฐ์/ความคิด/กิจกรรมและวิธีแก้ปัญหาที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน







ภาพประกอบกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์







สายรัดประคบสมุนไพร

สมุนไพรจาก
ใบชา ตะไคร้ มะนาว ผิวมะกรูด พริกขี้หนู
ขมิ้นชัน ขมิ้น ใบตะไคร้ ใบมะกรูด ขมิ้นชัน ขมิ้น
มะนาว ตะไคร้

ช่วยคลายปวดเมื่อย ปวดหลัง ปวดคอ
กล้ามเนื้อ เจ็บเข่า แก้การไหลเวียนโลหิต
และช่วยผ่อนคลาย ไล่ตุงที่ทุกเวลา

วิธีการใช้งาน
นำถุงสมุนไพรใส่ลงในขวดพลาสติก ขนาดเวลา
10-15 นาที แล้วนำมาทาบริเวณที่ปวดเมื่อย
หรือจุดจุดตามร่างกายร้อน ให้นำไปใช้ติดต่อกัน
แล้วนำมาประคบอีก

การเก็บรักษา
หลีกเลี่ยงแสงแดด直射 เก็บในที่แห้ง
หรือการฉีกขาด

ผลิตโดย
คุณนันทกรกวีณา อรุณศรี
อ.เมือง จ. นครราชสีมา
โทร. 0872566787



HERBAL SET
By Lissawat School

SHOP NOW



