

ชื่อโครงการ การเพิ่มช่องทางการตลาด (การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่ม และการออกแบบ
กล่องบรรจุภัณฑ์ แบบสายรัดผลิตภัณฑ์)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาเครือข่ายกับสถาบันภาครัฐและเอกชน

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ตัวชี้วัดกลยุทธ์ ร้อยละและกระบวนการ

สนองตัวบ่งชี้ สกอ. 3. การบริการวิชาการแก่สังคม การประเมินประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับ
สถาบัน

ผู้รับผิดชอบโครงการ/แผนงาน/กิจกรรม

ดร.ประภรณ์ชัย พลรัตนศักดิ์ ผู้อำนวยการสำนักวิจัยและบริการวิชาการ

วิทยากร คณะบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และ
คณะศึกษาศาสตร์

1. หลักการและเหตุผล

การพัฒนาช่องทางการตลาดเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มรายได้ของเกษตรกร โดยเฉพาะการสร้าง
เครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่ม และการออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและสวยงาม สามารถ
ดึงดูดความสนใจของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่จะสร้างความเข้มแข็งในการทำธุรกิจและขยายตลาด
และการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มนั้น เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารประสบการณ์
แล้วพัฒนาไปสู่การวางแผนร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน รวมถึงการใช้ทรัพยากร พลังงาน
อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ โดยการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มนั้น จะใช้การวิเคราะห์สถานะแวดล้อม
(SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือ เพื่อวิเคราะห์หากกลยุทธ์ (TOWS Matrix) ระหว่างชุมชน และนำไปจัดทำ
แผนงานสำหรับการเพิ่มยอดขายและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ตลอดจนสามารถหากกลยุทธ์เพื่อสู้คู่แข่ง
ทางการค้าในตลาดได้อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงได้ตระหนักถึงการให้บริการวิชาการแก่สังคมในชุมชน
บริเวณใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัย เพื่อต้องการให้ชุมชนเป้าหมายเดิม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวฮางอก
ต.บ้านเป็ด อ.เมือง จ.ขอนแก่น และชุมชนเป้าหมายใหม่ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวกล้องปลอดสารพิษ
แม่บ้านเกษตรพัฒนา ต.บ้านค้อ อ.เมือง จ.ขอนแก่น สามารถนำความรู้จากโครงการบริการวิชาการไป
ประยุกต์ใช้และพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งการให้บริการวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ นั้น สำนักวิจัย
และบริการวิชาการได้ลงพื้นที่สำรวจความต้องการของชุมชนเป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจในการการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และกิจกรรมที่สร้างสรรค์
ระหว่างชุมชนเป้าหมายและมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อสร้างเครือข่ายการบริการวิชาการระหว่างมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับชุมชน
เป้าหมาย เรื่องการเพิ่มช่องทางการตลาด (การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มและการ
ออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ แบบสายรัดผลิตภัณฑ์)
3. เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถนำความรู้จากโครงการบริการวิชาการไปประยุกต์ใช้และ
พัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

4. เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ของอาจารย์อันจะนำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรและการบูรณาการด้านการจัดการเรียนการสอนและการวิจัย

3. เป้าหมาย

3.1 เสิ้งปริมาณ

ผู้เข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมาย

3.2 เสิ้งคุณภาพ

ผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ไม่ต่ำกว่า 3.51

4. วิธีปฏิบัติตามโครงการ/แผนงาน/กิจกรรม

4.1 ระยะเวลาดำเนินงาน

ระหว่างเดือนมีนาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2561

4.2 กระบวนการ

ลำดับที่	รายการกิจกรรม	ระยะเวลา(สัปดาห์)																			
		มี.ค.				เม.ย.				พ.ค.				มิ.ย.				ก.ค.			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	คณะกรรมการบริการวิชาการฯ ประชุมเพื่อหาชุมชน กลุ่มเป้าหมาย		↔																		
2	คณะกรรมการบริการวิชาการฯ ประชุมพิจารณาเลือก กลุ่มเป้าหมายและนำเสนอ คณะกรรมการบริหาร		↔																		
3	จัดทำแผนการบริการวิชาการ ร่วมกับชุมชน				↔																
4	นำเสนอคณะกรรมการสภามหาวิทยาลัย							↔													
5	นำเสนอโครงการ/กิจกรรม การ บริการวิชาการร่วมกับชุมชน												↔								
6	ดำเนินโครงการ/กิจกรรม																			↔	
7	สรุปโครงการ/กิจกรรม																				↔

5. สถานที่ดำเนินงานโครงการ/แผนงาน/กิจกรรม

ชุมชนเป้าหมายเดิม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวฮางอก ต.บ้านเป็ด อ.เมือง จ.ขอนแก่น และชุมชนเป้าหมายใหม่ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มข้าวกล้องปลอดสารพิษแม่บ้านเกษตรพัฒนา ต.บ้านค้อ อ.เมือง จ.ขอนแก่น และมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ