

ขอบเขตของงาน (Terms of Reference :TOR)
กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด
ตามโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP : KBO)
งบประมาณตามกิจกรรมตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ
ประจำปีงบประมาณพ.ศ.๒๕๖๔
งบประมาณ ๘๐๐,๐๐๐ บาท

๑. หลักการและเหตุผล

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๐ – ๒๕๗๙) มีกรอบแนวคิด ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพ และมีรายได้ ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของ ภาคบริการ และพันธกิจกระทรวงมหาดไทย ข้อ ๔ เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนภารกิจอำนาจหน้าที่ของกรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้างขีดความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ได้รับผิดชอบ ในการขับเคลื่อนโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ควบคู่กับการตลาด รวมทั้งการจัดตั้งเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP : KBO) จังหวัด เพื่อให้สถาบันการศึกษาในพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ภาค ประชาชน เครือข่ายผู้ผลิตชุมชน ประชาชนชาวบ้าน ภายในจังหวัดผนึกกำลังองค์ความรู้พัฒนาขีดความสามารถของ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เป็นที่ต้องการของตลาด เพื่อให้ชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยรัฐพร้อมที่จะสนับสนุน ให้ชุมชนเข้าถึงองค์ความรู้สมัยใหม่ แหล่งเงินทุน และพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการและการตลาด เพื่อยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน สามารถสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่า และเชื่อมโยงสินค้าจาก ชุมชน สู่ตลาดทั้งทั้งในประเทศและต่างประเทศ จังหวัดเพชรบุรีจึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่าย องค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP : KBO) กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์ ความรู้ KBO จังหวัด ขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายในการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน มี มูลค่าเพิ่ม สร้างสรรค์นวัตกรรม และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานของเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge – Based OTOP : KBO) จังหวัด

๒. วัตถุประสงค์โครงการ

๒.๑ เพื่อพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพมาตรฐาน จาก Quadrant D ไปสู่ Quadrant C และมี บรรลุภัณฑ์ที่เหมาะสม สามารถเพิ่มมูลค่า สร้างนวัตกรรม

๒.๒ เพื่อเตรียมผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ผ่านกระบวนการพัฒนา โดยคณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัดฯ ละ ๑ ผลิตภัณฑ์ เพื่อเข้าร่วมประกวดและเผยแพร่ผลการดำเนินงาน

ประธาน.....กรรมการ.....กรรมการ.....

๓. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้ผลิตชุมชน ผลิตภัณฑ์กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) ที่ลงทะเบียน ปี ๒๕๕๗ - ๒๕๖๓ หรือผลิตภัณฑ์ ระดับ ๑ - ๓ ดาว ปี ๒๕๖๒ จำนวน ๒๐ กลุ่ม ๒๐ ผลิตภัณฑ์ และได้รับคัดเลือกให้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตชุมชนในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge - Based OTOP : KBO)

๔. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

จำนวน ๙๐ วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

๕. วิธีการจ้างดำเนินงาน

วิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Bidding : e-bidding) ตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.๒๕๖๐

๖. ขอบเขตและวิธีการดำเนินงาน

ผู้รับจ้าง ต้องดำเนินงานโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge - Based OTOP : KBO) กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด ให้ครอบคลุมในประเด็นสำคัญ ดังนี้

๖.๑ ประชุมกลุ่มผู้ผลิตชุมชนเป้าหมาย เพื่อชี้แจงแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค) เพื่อการพัฒนาด้วยนวัตกรรม จำนวน ๒๐ กลุ่ม ๔๐ คน จำนวน ๑ ครั้ง

๖.๒ ลงพื้นที่เก็บข้อมูลผลิตภัณฑ์เป้าหมาย เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสการพัฒนา วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จำนวน ๒๐ กลุ่ม ๒๐ ผลิตภัณฑ์ (เป้าหมายตามรายละเอียดแนบท้าย)

๖.๓ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรม และผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยให้คำปรึกษาเชิงลึกในสถานที่ผลิตแก่กลุ่มผู้ผลิตชุมชน และดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยองค์ความรู้ และนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ร่วมกับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนเป้าหมาย จำนวน ๒๐ กลุ่ม ๒๐ ผลิตภัณฑ์ (ที่ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการเครือข่ายองค์ความรู้ KBO จังหวัด) และลงพื้นที่ถึงสถานที่ผลิตของกลุ่มเป้าหมาย อย่างน้อย ๒ ครั้ง/กลุ่ม เพื่อเตรียมพร้อมในการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น อย. /มผช. ในกรณีที่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ต้องให้คำปรึกษาแนะนำในเรื่องสถานที่ผลิต กระบวนการผลิตอาหารปลอดภัย (โดยกำหนดเวลาในการปฏิบัติงาน ให้ปรากฏในแผนปฏิบัติงาน) โดยออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ตามจำนวนที่กำหนด จำนวน ๒๐ ผลิตภัณฑ์ๆ ละ ๒ รูปแบบ รวม ๔๐ รูปแบบ โดยแยกรายละเอียด ดังนี้

๖.๓.๑ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ จำนวน ๑ ผลิตภัณฑ์ๆ ละ ๒ รูปแบบ

๖.๓.๒ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ที่สามารถเพิ่มมูลค่า และแข่งขันทางการตลาดจำนวน ๑๙ ผลิตภัณฑ์ๆ ละ ๒ รูปแบบ รวม ๓๘ รูปแบบ