

แผนงานบูรณาการ Reprofile มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

จุดเน้น อุตสาหกรรมการเกษตรและอาหาร

เป้าหมาย	นวัตกรรมอาหารและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร
ตัวชี้วัด	มหาวิทยาลัยมีองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมอาหารและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสู่ชุมชนท้องถิ่น
แนวทาง	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมทางด้านอาหารและการเกษตร - ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมอาหาร - ให้บริการทางวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนและท้องถิ่น
ตัวชี้วัด	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนผลิตภัณฑ์ (1 ชนิด) - จำนวนบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น (5 ชิ้น/แบบ) - สิทธิบัตรที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติหรือนานาชาติ (1 สิทธิบัตร) - งานวิจัยที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติหรือนานาชาติ (7 เรื่อง) - จำนวนระบบฐานข้อมูล (1 ระบบ) - ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการฐานข้อมูล (4.30) - จำนวนกลุ่มวิสาหกิจฯ (1 กลุ่ม)
โครงการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการพัฒนากลุ่มอาชีพเพื่อสร้างมาตรฐาน สร้างมูลค่าเพิ่ม และยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน (งบประมาณ 0.6040 ล้านบาท) 2. การสร้างเครือข่ายบริษัทจำลองธุรกิจแปรรูปสินค้าเกษตรของชุมชนโดยสถาบันการศึกษาเป็นศูนย์กลาง (งบประมาณ 5 ล้านบาท) 3. การถ่ายทอดเทคโนโลยีและพัฒนานวัตกรรมวิสาหกิจชุมชนต้นแบบด้านผลิตภัณฑ์สินค้าอาเซียน (งบประมาณ 0.2390 ล้านบาท) 4. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยหอมทอง เพื่อสร้างอาหารปลอดภัยให้ผู้บริโภค (งบประมาณ 5 ล้านบาท) 5. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผู้เพาะเห็ดแบบครบวงจรเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน (งบประมาณ 5 ล้านบาท) 6. การพัฒนาวิธีการปลูกข้าวแบบประณีตเพื่อลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิตข้าวพื้นเมืองจังหวัดอุดรธานี (งบประมาณ 1.5 ล้านบาท) 7. การศึกษาองค์ประกอบทางกายภาพ-เคมีของข้าวหลากหลายพันธุ์พื้นเมือง จังหวัดอุดรธานี (งบประมาณ 4.030 ล้านบาท) 8. การพัฒนากลยุทธ์การค้าข้าวเพื่อยกระดับการค้าของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวจังหวัดอุดรธานี (งบประมาณ 1.3200 ล้านบาท)

แผนงานบูรณาการ Reprofile มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

จุดเน้น อุตสาหกรรมการเกษตรและอาหาร

โครงการ

9. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์/นวัตกรรมอาหารและการเกษตร (งบประมาณ 5 ล้านบาท)
10. โครงการวิจัยผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมอาหาร (งบประมาณ 5 ล้านบาท)
11. โครงการให้บริการทางวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนและท้องถิ่น (งบประมาณ 1 ล้านบาท)