



VRURDI

OTOP

รายงานความก้าวหน้า

โครงการพัฒนางานบริการวิชาการสู่งานวิจัย

และนวัตกรรมเชิงพื้นที่และเชิงประเด็น

(การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น แผนธุรกิจ และการตลาดเพื่อชุมชน 14 ผลิตภัณฑ์)

ประจำเดือนเมษายน 2565



รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานยุทธศาสตร์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ผนวก University as a Market Place)

2564
ต.ค.-ธ.ค.

สิ่งที่ดำเนินงานไปแล้ว

1. กิจกรรมคัดเลือกผู้ประกอบการ 14 ผลิตภัณฑ์ และผู้จัดการผลิตภัณฑ์และทีม
2. กิจกรรมอบรมแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แก่ผู้จัดการผลิตภัณฑ์และคณะกรรมการ
3. ดำเนินการประชุมชี้แจงแนวทางการดำเนินโครงการแก่คณะกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้ง 14 ผลิตภัณฑ์
4. PM และกรรมการดำเนินการสรุปโจทย์ และจัดทำ Project Brief
6. PM และกรรมการดำเนินการเรื่องบันทึกความร่วมมือ (MOU)

2565
เม.ย.-มิ.ย.

แผนการดำเนินงาน

1. จัดอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการด้านแผนธุรกิจ การตลาดออนไลน์ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (การตลาด online /offline) ครั้งที่ 3
2. PM รายงานความก้าวหน้าการทำงาน ระยะ 2 (ต้น ส.ค.)
3. PM และทีม 12 ผลิตภัณฑ์ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ
4. สรุปผลการดำเนินงาน
5. การจัดทำสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์
6. Showcase
7. การติดตามผลการดำเนินงานฯ ปีงบประมาณ 2564 ครั้งที่ 2

เป้าหมายของโครงการ 2565

ผลลัพธ์

สิ่งที่ดำเนินงานไปแล้ว

1. รวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน ย้อนหลัง 3 ปี จาก พช. จังหวัดปทุมธานี และพช. จังหวัดสระแก้ว
2. คัดกรองและสรุปข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดปทุมธานีและสระแก้ว เพื่อเตรียมประชุมและลงพื้นที่
3. ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลผลิตภัณฑ์กับผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี และสระแก้ว

ม.ค.-มี.ค.
2565

สิ่งที่ดำเนินงานไปแล้วเมษายน

1. บ่มเพาะนักศึกษาในโครงการให้เกิดความรู้ ทักษะด้านแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน (อบรม 2 วัน - 7-8 เมษายน 65) และกิจกรรมจัดประกวดผลงานด้านแผนธุรกิจของนักศึกษาที่เกิดจากการพัฒนา (วันที่ 19 เมษายน 65)
2. PM และทีมดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระยะที่ 1

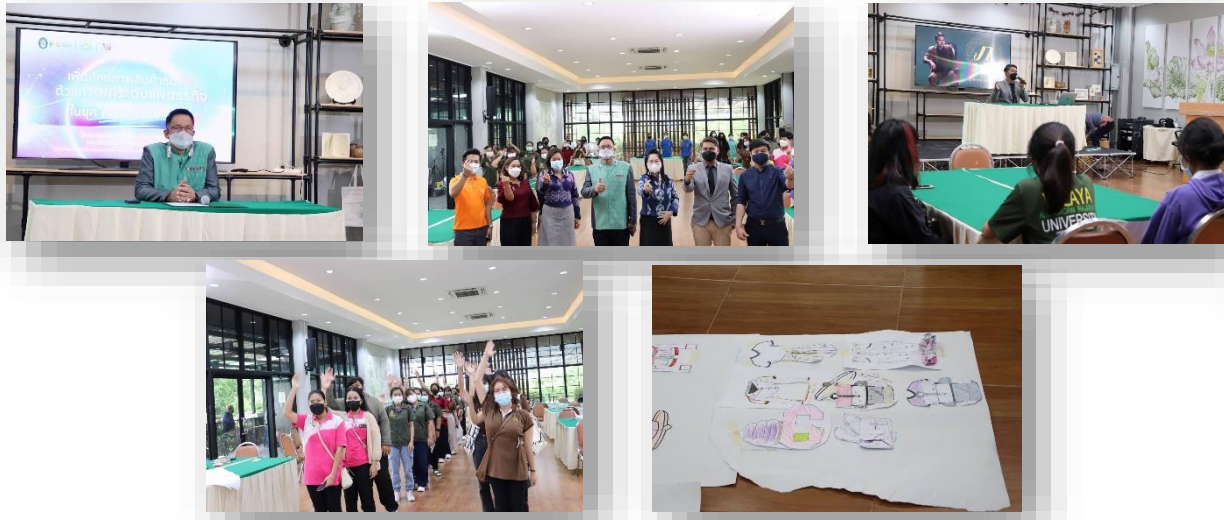
แผนการดำเนินงานเมษายน

3. กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ คณะกรรมการดำเนิน โครงการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ (แผนธุรกิจ) ครั้งที่ 1
4. การติดตามผลการดำเนินงานฯ ปีงบประมาณ 2564 ครั้งที่ 1
5. PM รายงานความก้าวหน้าการทำงาน ระยะ 1 (ต้นมิถุนายน)
6. PM และทีมดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 2 (มี.ย. - ก.ค.)
7. กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ คณะกรรมการดำเนินโครงการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ (มาตรฐานผลิตภัณฑ์) ครั้งที่ 2

ก.ค.-ก.ย.
2565

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (หน่วยนับ)	เป้าหมาย (ผล)
ตัวชี้วัดเป้าหมายโครงการ		
๑. องค์ความรู้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ องค์ความรู้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ และ/หรือองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม และ/หรือองค์ความรู้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	๑
๒. คู่มือที่เกิดจากการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการ	เล่ม	๑
๓. ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา	ราย	๑
๔. จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์	คน	ไม่น้อยกว่า ๔ คน
๕. เรื่องเล่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และสื่อการรับรู้	ชิ้น	๑
๖. การจัดแสดงสินค้า (showcase) สู่อาคารณะเพื่อสร้างยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์	ชิ้น	๑. สินค้าราคาสูงกว่า ๕๐๐ บาท จำนวน ๒๐ ชิ้น ๒. สินค้าราคาต่ำกว่า ๕๐๐ บาท จำนวน ๓๐ ชิ้น
ตัวชี้วัดผลลัพธ์		
๑. ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	ร้อยละ	๑๐

การอบรมเชิงปฏิบัติการ
เรื่อง The Pain Point of Design Product
วันพฤหัสบดีที่ 7 เมษายน 2565



การอบรมเชิงปฏิบัติการ
เรื่อง Project Management for New Business
วันศุกร์ที่ 8 เมษายน 2565



ลงพื้นที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 1



รายงานการเบิกจ่ายงบประมาณยุทธศาสตร์ประจำปี พ.ศ. 2565

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ผนวก University as a Market Place)

รายงานการเบิกจ่ายโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

งบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,000,000 บาท

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 1 (ต.ค.-ธ.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 22,980 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.77

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 2 (ม.ค.-มี.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 409,797 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.66

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 3 (เม.ย.-มิ.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

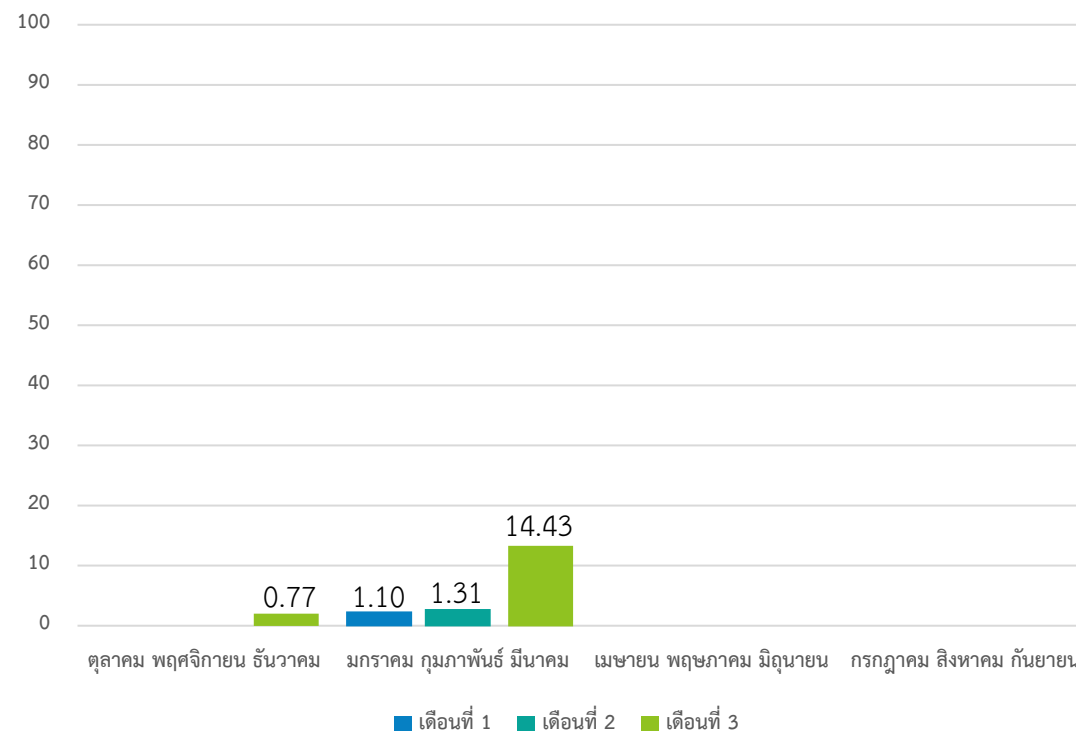
งบประมาณที่ใช้ไปทั้งสิ้น 432,777 บาท (คิดเป็นร้อยละ 14.43)

งบประมาณคงเหลือ 2,567,223 บาท (คิดเป็นร้อยละ 85.57)

รายงานการเบิกจ่ายเฉพาะ เดือนมีนาคม 2565

งบประมาณที่ใช้ 393,562 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.12

ผลการใช้จ่ายงบประมาณ (ร้อยละ)





รายงานความก้าวหน้า

โครงการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม

(STARTUP)

ประจำเดือนเมษายน 2565



รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานยุทธศาสตร์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

โครงการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม (Startup)

2564

ต.ค.-ธ.ค.

สิ่งที่ดำเนินการไปแล้ว

1. เตรียมจัดการอบรม Digital Marketing และทักษะความเป็นผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาอาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย
2. ประชาสัมพันธ์ รับสมัคร Startup
3. กิจกรรมอบรมการพัฒนา soft skill ให้แก่นักศึกษา ในหัวข้อ Creative Thinking, Design Thinking, Community Marketing, Storytelling, Comparative Thinking, แผนธุรกิจชุมชน (ม.ค. - ก.พ.) ร่วมกับกองพัฒนา

สิ่งที่ดำเนินการไปแล้วเดือนที่ผ่านมา

4. อบรมโมดูล จำนวน 4 โมดูล จาก 10 โมดูล
5. การบ่มเพาะการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมสร้างแพลตฟอร์มหลักสูตรออนไลน์ และการจัด Workshop Training บ่มเพาะ Startup ให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษา จำนวน 2 ครั้ง

สิ่งที่ดำเนินการไปแล้ว

1. จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินโครงการ
2. ดำเนินการจัดประชุมคณะกรรมการดำเนินโครงการ เพื่อวางแผนการดำเนินโครงการ
3. อบรมวิศวกรสังคมให้แก่อาจารย์ มรภ.วไลยอลงกรณ์ ร่วมกับกองพัฒนา
2. อบรมพัฒนาศักยภาพนักศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น “วิศวกรสังคม” ร่วมกับกองพัฒนา

2565

เม.ย.-มิ.ย.

แผนการดำเนินงาน

1. การนำเสนอ (Pitching) การ นำเสนอผลการประกอบธุรกิจของนักศึกษา (25 ทีม จำนวน 2 วัน)
2. ถอดบทเรียนจากการดำเนินกิจกรรมประกอบธุรกิจ
3. จัดนิทรรศการ Showcase จากผลผลิตของการประกอบธุรกิจ
4. จัดทำสื่อวีดิทัศน์ และเรื่องเล่าความสำเร็จเพื่อสร้างการรับรู้

แผนการดำเนินงานในเดือนถัดไป

1. การบ่มเพาะการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมสร้างแพลตฟอร์มหลักสูตรออนไลน์ และการจัด Workshop Training บ่มเพาะ Startup ให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษา จำนวน 2 ครั้งที่เหลือ
2. การนำเสนอ (Pitching) แผนธุรกิจ และคัดเลือก 25 ทีมเพื่อทดลองตลาด ได้รับเงินทีมละ 15,000 บาท
3. Startup 25 ทีม เข้าศึกษาดูงานผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในชุมชนและระดับชาติ
4. Startup 25 ทีม ทดลองประกอบธุรกิจจริง (กลางเม.ย. - มิ.ย.)
5. การนำเสนอ (Pitching) พร้อมแต่งตั้งกรรมการลงพื้นที่ติดตามติดตามประเมินผลการดำเนินงานทั้ง 25 ทีม

ม.ค.-มี.ค.

2565

ก.ค.-ก.ย.

2565

ตัวชี้วัด

จำนวนวิศวกรสังคม ผู้ประกอบการใหม่ ผักหัด (Startup) ที่เกิดจากการบ่มเพาะของมหาวิทยาลัย จำนวน 5 ราย

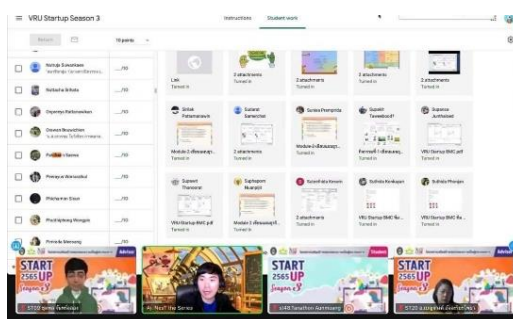
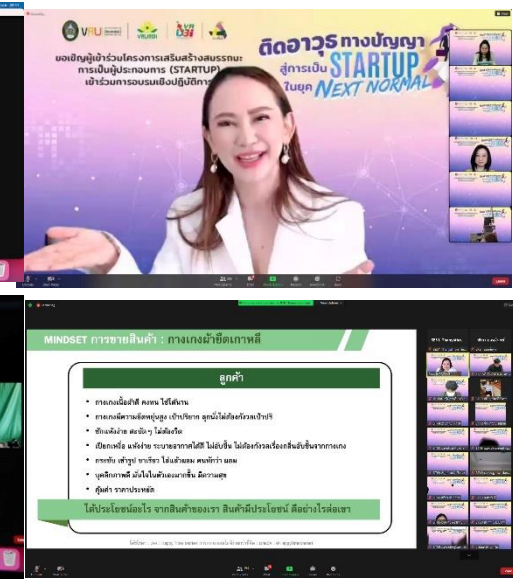
ได้ดำเนินการอบรมเสร็จสิ้น 4 โมดูล ได้แก่

- ผู้ประกอบการยุคดิจิทัล Digital Disruption -
- ปฏิบัติการเขียนแผนธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการยุคดิจิทัล -
- เรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภคในการตลาด -
- แบนด์คืออะไร ประเภทของแบนด์มีอะไรบ้าง -

Training Course โครงการวิศวกรสังคม (START UP) ครั้งที่ 1

เรื่อง บุคลิกภาพ และ Growth mindset ของผู้ประกอบการ

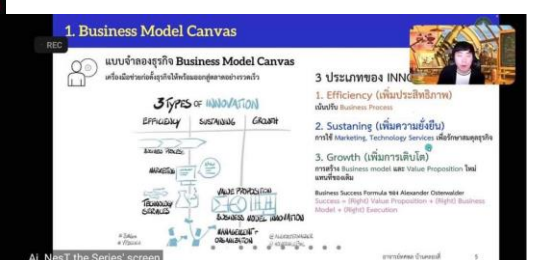
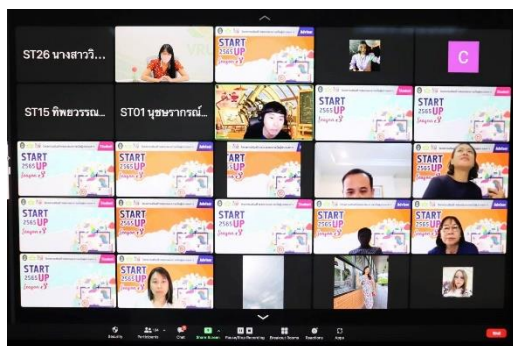
วันจันทร์ที่ 4 เมษายน 2565



Training Course โครงการวิศวกรสังคม (START UP) ครั้งที่ 2

เรื่อง การสร้าง Content 365 วันแบบไม่ซ้ำ

วันอังคารที่ 5 เมษายน 2565



รายงานการเบิกจ่ายงบประมาณยุทธศาสตร์ประจำปี พ.ศ. 2565

โครงการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม (Startup)

รายงานการเบิกจ่ายโครงการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม (Startup)

งบประมาณที่ได้รับจัดสรร 1,500,000 บาท

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 1 (ต.ค.-ธ.ค.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 2 (ม.ค.-มี.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 36,100 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.41

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 3 (เม.ย.-มิ.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

งบประมาณที่ใช้ไปทั้งสิ้น 36,100 บาท (คิดเป็นร้อยละ 2.41)

งบประมาณคงเหลือ 1,463,900 บาท (คิดเป็นร้อยละ 97.59)

รายงานการเบิกจ่ายเฉพาะ เดือนมีนาคม 2565

งบประมาณที่ใช้ 17,980 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.20

ผลการใช้จ่ายงบประมาณ (ร้อยละ)

