



VRURDI

OTOP

รายงานความก้าวหน้า

โครงการพัฒนางานบริการวิชาการสู่งานวิจัย

และนวัตกรรมเชิงพื้นที่และเชิงประเด็น

(การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น แผนธุรกิจ และการตลาดเพื่อชุมชน 14 ผลิตภัณฑ์)

ประจำเดือนพฤษภาคม 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

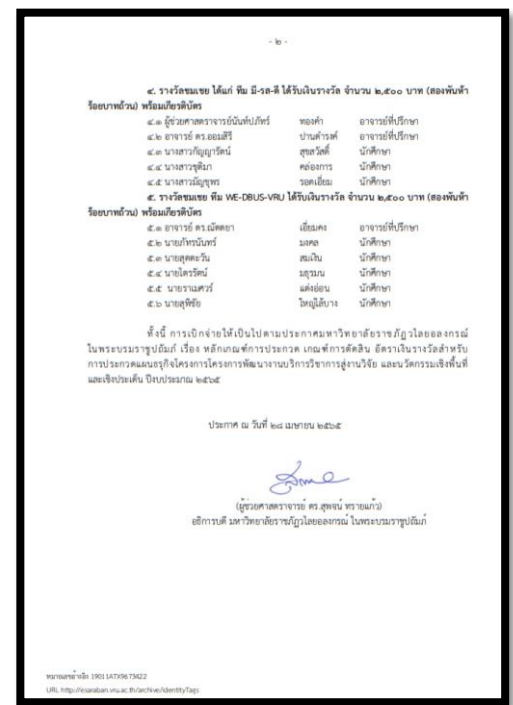
สิ่งที่ดำเนินงานไปแล้ว

1. บ่มเพาะนักศึกษาในโครงการให้เกิดความรู้ ทักษะด้านแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน (อบรม 2 วัน – 7-8 เมษายน 65) และกิจกรรมจัดประกวดผลงานด้านแผนธุรกิจของนักศึกษาที่เกิดจากการพัฒนา
 2. PM และทีมดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระยะที่ 1
- ### แผนการดำเนินงานพฤษภาคม
3. กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ คณะกรรมการดำเนิน โครงการและอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ (แผนธุรกิจ) ครั้งที่ 1 (18 พค 65)
 4. การติดตามผลการดำเนินงานฯ ปีงบประมาณ 2564 ครั้งที่ 1
 5. PM รายงานความก้าวหน้าการทำงาน ระยะ 1 (23 พค 65)
 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. ผู้มีอิทธิพลต่อการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการ	เล่ม	๑
๓. ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา	ราย	๑
๔. จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์	คน	ไม่น้อยกว่า ๔ คน
๕. เรื่องเล่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และสื่อการเรียนรู้	ชิ้น	๑
๖. การจัดแสดงสินค้า (showcase) ผู้สาธารณะเพื่อสร้างยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์	ชิ้น	๑. สินค้าราคาสูงกว่า ๕๐๐ บาท จำนวน ๒๐ ชิ้น ๒. สินค้าราคาต่ำกว่า ๕๐๐ บาท จำนวน ๓๐ ชิ้น
ตัวชี้วัดผลลัพธ์		
๑. ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	ร้อยละ	๑๐๐

กิจกรรมจัดประกวดสุดยอดแผนธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น
 โครงการพัฒนางานบริการวิชาการสู่งานวิจัยและนวัตกรรมเชิงพื้นที่และเชิงประเด็น (การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
 ท้องถิ่น แผนธุรกิจ และการตลาดเพื่อชุมชน 14 ผลิตภัณฑ์)
 วันที่ 19 เมษายน 2565 ณ ห้อง Uni Learning Space and Sandbox
 ชั้น 1 อาคารเรียนรวมวิทยาศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์



1. รางวัลชนะเลิศ ทีม มา อย่าง เหนือ
 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
2. รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 ทีม TTJ
 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
3. รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 ทีม Puff Mai Teang
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร และวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
4. รางวัลชมเชย ทีม มี รส ดี
 คณะเทคโนโลยีการเกษตร และวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
5. รางวัลชมเชย ทีม WE-DBUS-VRU
 คณะวิทยาการจัดการ



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 160,946 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.37

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

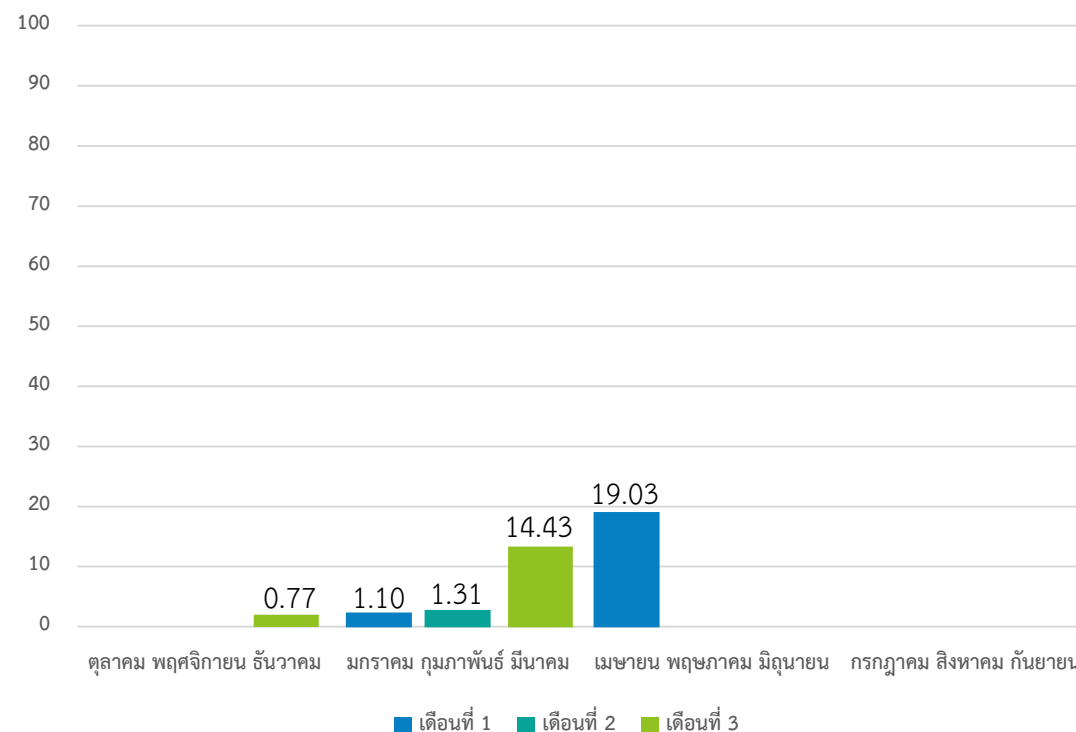
งบประมาณที่ใช้ไปทั้งสิ้น 570,743 บาท (คิดเป็นร้อยละ 19.03)

งบประมาณคงเหลือ 2,429,257 บาท (คิดเป็นร้อยละ 80.97)

รายงานการเบิกจ่ายเฉพาะ เดือนเมษายน 2565

งบประมาณที่ใช้ **160,946** บาท คิดเป็นร้อยละ **5.37**

ผลการใช้จ่ายงบประมาณรวมทั้งหมด (ร้อยละ)





รายงานความก้าวหน้า

โครงการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม

(STARTUP)

ประจำเดือนพฤษภาคม 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
4. อบรมโมเดล จำนวน 4 โมเดล จาก 10 โมเดล
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

แผนการดำเนินงานในเดือนพฤษภาคม

1. อบรมโมเดล จำนวน 4 โมเดลที่เหลือ (5-10) จาก 10 โมเดล
2. การบ่มเพาะการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมสร้างแพลตฟอร์มหลักสูตรออนไลน์ และการจัด Workshop Training บ่มเพาะ Startup ให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษา จำนวน 2 ครั้งที่เหลือ
3. การนำเสนอ (Pitching) แผนธุรกิจ และคัดเลือก 25 ทีมเพื่อทดลองตลาด ได้รับเงินทีมละ 15,000 บาท
4. Startup 25 ทีม เข้าศึกษาดูงานผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในชุมชนและระดับชาติ และทดลองประกอบธุรกิจจริง (กลางเม.ย. - มิ.ย.)
5. การนำเสนอ (Pitching) พร้อมแต่งตั้งกรรมการลงพื้นที่ติดตามติดตามประเมินผลการดำเนินงานทั้ง 25 ทีม

ม.ค.-มี.ค.

2565

ก.ค.-ก.ย.

2565

ตัวชี้วัด

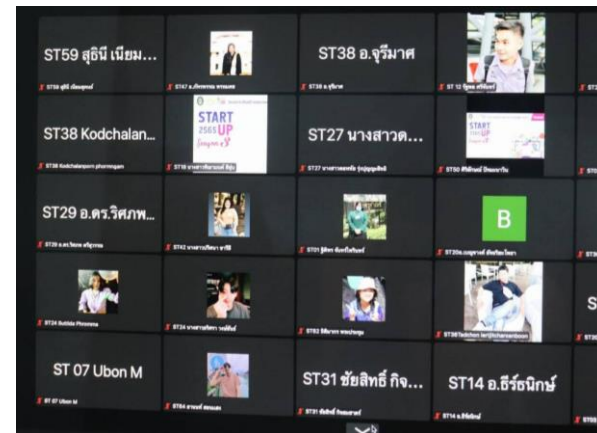
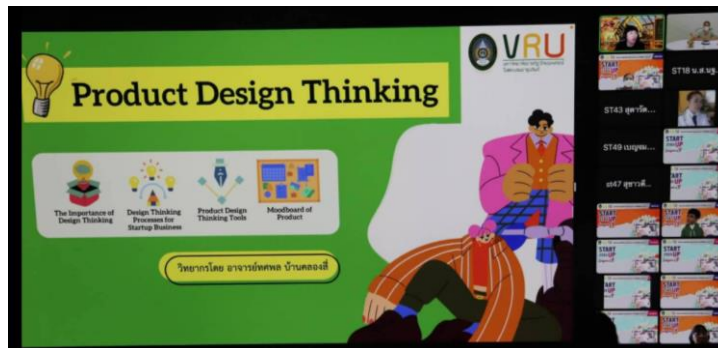
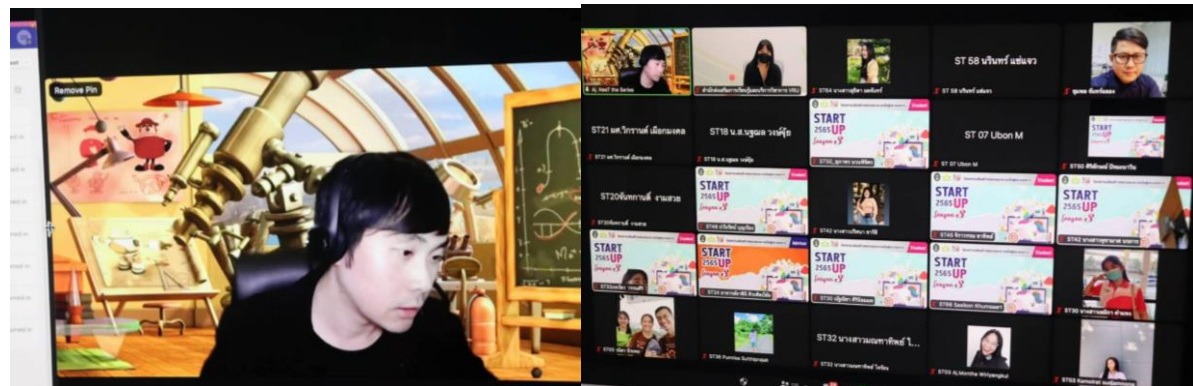
จำนวนวิศวกรสังคม ผู้ประกอบการใหม่ ผักหัด (Startup) ที่เกิดจากการบ่มเพาะของมหาวิทยาลัย จำนวน 5 ราย

โมดูลที่ 5

การตลาดดิจิทัลและแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันสำหรับผู้ประกอบการ (Digital Marketing and Application Platforms for Entrepreneur)

Special Module 1

เรื่อง "Product Design Thinking การคิดเชิงออกแบบผลิตภัณฑ์"



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 2,810 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.19

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

งบประมาณที่ใช้ไปทั้งสิ้น 38,910 บาท (คิดเป็นร้อยละ 2.60)

งบประมาณคงเหลือ 1,461,090 บาท (คิดเป็นร้อยละ 97.40)

รายงานการเบิกจ่ายเฉพาะ เดือนเมษายน 2565

งบประมาณที่ใช้ 2,810 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.19

ผลการใช้จ่ายงบประมาณ (ร้อยละ)

