

แผนงานปฏิบัติงาน/โครงการ ประจำปีงบประมาณ 2566

หน่วยงาน : กลุ่มงานบริการวิชาการ

งาน (มหาวิทยาลัยฯ) : การพัฒนาท้องถิ่นด้วยพันธกิจสัมพันธ์

ชื่องาน/โครงการ	รหัสโครงการ	แผ่นดิน	บ.กศ.	กศ.บป	บัณฑิต
ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ University as a Marketplace	6649000002	351,300	0	0	0

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ : 01, 1. การพัฒนาท้องถิ่นด้วยพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคมท้องถิ่นด้วยศาสตร์พระราชา

กลยุทธ์ที่ : 02, 1.2 พัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจฐานรากภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy)

ตัวชี้วัดมหาวิทยาลัยที่ : 3 ร้อยละของรายได้ในชุมชนเป้าหมายเพิ่มขึ้น

สอดคล้องกับค่านิยมหลัก : Knowledge – สร้างสรรค์ความรู้ใหม่, Public service and Productivity – ให้บริการชุมชน สังคมและมีผลิตภาพที่ดี, Responsibility – มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่, Unity – มีความรัก สามัคคีในองค์กร

สอดคล้องกับอัตลักษณ์

สอดคล้องกับเอกลักษณ์

สอดคล้องกับ Sustainable Development Goals (SDGs) : 17. Partnerships for the Goals เสริมความแข็งแกร่งให้แก่กลไกการดำเนินงานและฟื้นฟู ทุนส่วนความร่วมมือระดับโลกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวทาง/มาตรการการจัดสรรงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566 ที่ : 1.2.2 ส่งเสริมและน้อมนำศาสตร์พระราชาและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเชิงพื้นที่

สถานภาพของงาน/โครงการ งานเดิม งานใหม่ โครงการเดิม โครงการใหม่ ระยะเวลาดำเนินโครงการ 1 ปี

ประเภทของงาน/โครงการ งานตามพันธกิจ พัฒนาเชิงกลยุทธ์ งานอื่นๆ **สถานที่ดำเนินการ** : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร และชุมชนเป้าหมาย

การบูรณาการงานบริการวิชาการกับ การเรียนการสอน วิจัย อื่นๆ

การบูรณาการเรียน/การสอน ในหลักสูตร -

การบูรณาการงานศิลปวัฒนธรรม กับ การเรียนการสอน กิจกรรมนักศึกษา

1. หลักการและเหตุผล

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้กำหนดพันธกิจ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ประเทศไทยให้ก้าวข้าม “กับดักประเทศรายได้ปานกลาง” และลดความเหลื่อมล้ำ โดยอาศัยความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม ส่งเสริมและพัฒนา ด้วยการใช้นวัตกรรมเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า “BCG Model” ซึ่งเป็นการพัฒนา ชุมชนที่เน้น 3 เศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนชุมชนผ่านโครงการที่จัดทำขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ BCG Model มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และสอดคล้องกับการพัฒนาให้ประเทศเกิดการเปลี่ยนแปลงภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งจากภายในขับเคลื่อนตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ผ่านกลไก “ไทยนิยมยั่งยืน” ภายใต้วัตถุประสงค์การยกระดับคุณภาพชีวิต การลดช่องว่างและเหลื่อมล้ำทางสังคม และสร้างประชาชนในท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ซึ่งในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันการยกระดับให้ประชาชนมีการเคลื่อนไหวที่มีคุณภาพ เป็นเรื่องสำคัญ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวมทั้งผู้ประกอบการที่ผลิตผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนต้องก้าวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพให้พร้อมต่อการแก้ปัญหา การรับรองคุณภาพ และสามารถแข่งขัน

มหาวิทยาลัยจึงต้องการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการปลายน้ำที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล ด้วยการพัฒนา ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ภายใต้โครงการขับเคลื่อนขนาดใหญ่ของกระทรวง อว. ด้านนโยบายการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยโดยการนำงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาต่อยอดและใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนในภาพรวมในวงกว้างและอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการนำเสนอผลลัพธ์ ผลกระทบที่กลุ่มชุมชนจะได้รับประโยชน์สูงสุด และมหาวิทยาลัยจะเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในชุมชน และภูมิภาค ได้แก่ พัฒนาตลาดกายภาพ พัฒนาตลาดออนไลน์ พัฒนาศักยภาพของผู้ขายในตลาด ตามนโยบายการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ University as a Marketplace
2. เพื่อยกระดับรายได้ให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. เพื่อบูรณาการงานบริการวิชาการกับการเรียนการสอน

3. ผลผลิต ผลลัพธ์ ตัวชี้วัดความสำเร็จ เป้าหมาย

ผลผลิต	ผลลัพธ์	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	เป้าหมาย
<p>1. ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ University as a Marketplace ให้แก่ผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือผู้ประกอบการในชุมชนเป้าหมายจังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดตาก 3 ด้าน</p> <p>1) พัฒนาตลาดกายภาพ</p> <p>2) พัฒนาตลาดออนไลน์</p> <p>3) พัฒนาศักยภาพผู้ขาย</p> <p>2. นักศึกษาได้บริการวิชาการ</p>	<p>1. ผู้ผลิตสินค้าชุมชน OTOP ที่เข้าร่วมโครงการอย่างน้อย ร้อยละ 50 มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น</p> <p>2. หลักสูตรได้มีการบูรณาการการเรียนการสอน</p>	<p>เชิงปริมาณ</p> <p>1. จำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ได้รับการยกระดับ (สินค้าบริการ แหล่งท่องเที่ยว) ผลิตภัณฑ์ชุมชน สู่ University as a Marketplace</p> <p>2. จำนวนองค์ความรู้ งานวิจัย นวัตกรรมของอาจารย์หรือนักศึกษาที่ดำเนินการมีส่วนร่วมดำเนินการพัฒนา</p> <p>3. จำนวนรายวิชาในหลักสูตรที่มีการบูรณาการจัดการเรียนการสอนกับการบริการวิชาการ</p> <p>4. ร้อยละของรายได้ของผู้ประกอบการ/กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป้าหมายเพิ่มขึ้นหรือลดต้นทุนการผลิตได้</p> <p>5. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เข้าสู่ University as a Marketplace ของมหาวิทยาลัย (ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์)</p> <p>เชิงคุณภาพ</p> <p>1. ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เข้าร่วมโครงการได้รับการพัฒนายกระดับให้มีมาตรฐานและคุณภาพที่สูงขึ้น ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน</p> <p>เชิงเวลา</p> <p>1. สิ้นสุดภายในระยะเวลา ของปีงบประมาณ</p>	<p>3 (ผลิตภัณฑ์)</p> <p>1 (องค์ความรู้)</p> <p>1 (รายวิชา)</p> <p>5 (ร้อยละ)</p> <p>20 (ผลิตภัณฑ์)</p> <p>3 (ผลิตภัณฑ์)</p> <p>1 (ปีงบประมาณ)</p>

4. แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่าย ระยะเวลาการปฏิบัติงาน วันที่ 01/10/2565 ถึง วันที่ 30/09/2566

กิจกรรม	ผลผลิต กิจกรรม (หน่วยนับ)	งบประมาณแยกตามหมวดรายจ่าย					พ.ศ. 2565								พ.ศ. 2566			
		เงิน อุดหนุน	-	-	-	รวมเงิน	ไตรมาสที่ 1 (ต.ค.-ธ.ค.)		ไตรมาสที่ 2 (ม.ค.-มิ.ค.)		ไตรมาสที่ 3 (เม.ย.-มิ.ย.)		ไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)					
							ปริมาณงาน	งบประมาณ	ปริมาณงาน	งบประมาณ	ปริมาณงาน	งบประมาณ	ปริมาณงาน	งบประมาณ				
1. ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน - สํารวจความต้องการ ยกระดับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์สู่ University as a Marketplace - พัฒนาศักยภาพการผลิต และสร้างสรรค์ผลงานเพื่อ ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น และ พร้อมออกสู่ตลาด	3 ผลิตภัณฑ์	150,000				150,000	1 ผลิตภัณฑ์	50,000	2 ผลิตภัณฑ์	100,000								
2. พัฒนาศักยภาพ การตลาด University as a Marketplace - พัฒนาศักยภาพ มหาวิทยาลัยสู่การเป็น ช่องทางการตลาด (KPRU OTOP) ทั้งออนไลน์และ ออฟไลน์ - จัดนิทรรศการแสดง สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน	2 ครั้ง	201,300				201,300	1 ครั้ง	81,300	1 ครั้ง	120,000								
รวม		351,300				351,300	2	131,300	3	220,000	0	0	0	0				

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. รายได้ของผู้ประกอบการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ต่อปี
2. กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเกิดเครือข่ายความร่วมมือ
3. กลุ่มผู้ประกอบการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐานและมีรายได้เพิ่มขึ้น
4. นักศึกษาได้ฝึกประสบการณ์จริงจากการฝึกปฏิบัติ

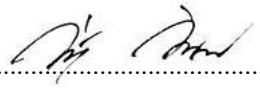
6. การประเมินผล (ระบุ ประเด็นการประเมิน , แหล่งข้อมูล , เครื่องมือ,วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและเกณฑ์การประเมิน)


วัตถุประสงค์การประเมิน	แหล่งข้อมูล	วิธีการ/เครื่องมือ	วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	เกณฑ์ในการประเมิน
1. เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ที่ยกระดับมีคุณภาพได้มาตรฐาน 2. เพื่อหาแนวทางสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ออนไลน์ 3. เพื่อประเมินความพึงพอใจในการเข้าร่วมโครงการ 4. เพื่อประเมินผลการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	1. หน่วยตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP 2. การสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ออนไลน์ 3. ผู้เข้าร่วมโครงการ 4. รายงานการผลการประกวดผลิตภัณฑ์ชุมชน	1. ผู้เชี่ยวชาญประเมินผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ 2. ส่งผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เข้าหน่วยตรวจสอบคุณภาพเพื่อขอรับใบรับรอง 3. ตรวจสอบบัญชีรายรับรายจ่ายของการค้าออนไลน์ / การลงบัญชีรายรับรายจ่ายของการค้าออนไลน์ 4. แบบสอบถาม 5. รายงานผลการจัดกิจกรรม	1. ผลงานการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP 2. ใบรับรองคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP 3. จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และประเมินเนื้อหา (Content Analysis)	1. ได้เกณฑ์มาตรฐานเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 ระดับ 2. ร้อยละ 30 ของรายได้ที่เพิ่มขึ้น 3. ค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.50 4. ผลงานเกิดผลกระทบต่อชุมชนหรือหน่วยงานร้อยละ 70

7. รายละเอียดของงบประมาณ

หมวดรายจ่าย	จำนวนเงิน	รายละเอียดการใช้จ่าย (ระบุแยกตามกิจกรรมให้ชัดเจน)
8, งบอุดหนุน	351,300	ค่าตอบแทน จำนวน 43,000 บาท 1. ค่าตอบแทนผู้ศึกษาและวิเคราะห์สภาพ ปัญหาและความต้องการ 3 ผลิตภัณฑ์ ๆ ละ 5,000 บาท เป็นเงิน 15,000 บาท (ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการยกระดับมาตรฐานการผลิตของผลิตภัณฑ์ชุมชน) 2. ค่าตอบแทนวิทยากร 3 ผลิตภัณฑ์ ๆ ละ 8,000 บาท เป็นเงิน 24,000 บาท (พัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์) 3. ค่าตอบแทนกรรมการ 4 คนๆ ละ 1,000 บาท เป็นเงิน 4,000 บาท

		<p>ค่าใช้จ่าย จำนวน 198,900 บาท</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง 3 ผลิตภัณฑ์ ๆ ละ 3,000 บาท เป็นเงิน 9,000 บาท (พัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์) ค่าจ้างพิมพ์บรรจุภัณฑ์ 3 ผลิตภัณฑ์ ๆ ละ 8,000 บาท เป็นเงิน 24,000 บาท (พัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์) ค่าเบี้ยเลี้ยงเดินทางของผู้ดำเนินงานโครงการ 5 ครั้งๆ ละ 2 คนๆ ละ 240 บาท เป็นเงิน 2,400 บาท (พัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์) ค่าจ้างเหมาจัดงานแสดงผลิตภัณฑ์ 40,000 บาท ค่าจ้างเหมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 81,000 บาท ค่าอาหารว่างและค่าอาหารกลางวัน 250 คนๆ ละ 170 บาท เป็นเงิน 42,500 บาท และค่าใช้จ่ายอื่นๆ <p>ค่าวัสดุ จำนวน 109,400 บาท</p> <ol style="list-style-type: none"> ค่าวัสดุจัดกิจกรรม 3 ผลิตภัณฑ์ ๆ ละ 20,000 บาท เป็นเงิน 60,000 บาท (ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการยกระดับมาตรฐานการผลิตของผลิตภัณฑ์ชุมชน) ค่าวัสดุเอกสารและรูปเล่ม 3 ผลิตภัณฑ์ ๆ ละ 800 บาท เป็นเงิน 2,400 บาท (รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานและถอดบทเรียนความสำเร็จ) ค่าถ่ายเอกสาร เป็นเงิน 8,000 บาท กระดาษ A4 10 ก่อ่งๆ ละ 650 บาท เป็นเงิน 6,500 บาท หมึกพิมพ์ 5 ก่อ่งๆ ละ 1,550 บาท เป็นเงิน 7,750 บาท วัสดุอื่นๆ เป็นเงิน 24,750 บาท <p>หมายเหตุ : ถัวเฉลี่ยทุกรายการ</p>
--	--	---

ลงชื่อ..........ผู้เสนอโครงการ
(ดร.วิชรา วินัยธรรม)

ลงชื่อ..........ผู้เห็นชอบโครงการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาลี ตระกูล)

8. การบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยง	การควบคุม
1. ผลิตรถยนต์ยกระดับได้มาตรฐาน	1. การส่งเสริมความรู้ทักษะและเทคนิคการผลิตให้ผู้ประกอบการ 2. การทดลองพัฒนาภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญ 3. การแสวงหาเวทีการประกวดผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP (ปัจจัยภายนอกอาจควบคุมไม่ได้) 4. การประสานงานผู้เชี่ยวชาญในการกำกับติดตามการผลิต 5. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

9. ความพร้อม/การประเมินความเป็นไปได้โครงการ

ความพร้อม/การประเมินความเป็นไปได้โครงการ	ระดับ		
	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
1. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ	*		
2. กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่มาตรฐาน		*	
3. การประสานงานของผู้ดำเนินงานกับผู้ประกอบการและวิทยากร/ผู้เชี่ยวชาญ			*
4. การกำกับติดตามกระบวนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน		*	

10. ผลการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการในรอบปีที่ผ่านมา (โครงการต่อเนื่อง)

ปัญหา/อุปสรรคในปีที่แล้ว	การดำเนินงานปรับปรุงในปี
-	-
ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการพัฒนาโครงการ/การขยายกลุ่มเป้าหมาย/การขยายหรือจัดทำโครงการใหม่เพิ่มเติม	
-	

11. แผนการใช้ประโยชน์จากการบริการวิชาการ

การบริการวิชาการเกิดประโยชน์ต่อ	กลุ่มเป้าหมาย	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	ระยะเวลา	ผู้รับผิดชอบ
ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP	ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP 3 ผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ยกระดับได้มาตรฐานสูงขึ้น	ผลิตภัณฑ์ยกระดับได้มาตรฐานอย่างน้อย 1 ผลิตภัณฑ์	1 ปี	ดร.วิชรา วินัยธรรม