



รายงานผลการดำเนินงานภายใต้ ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ

เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์

เสนอคณะกรรมการมหาวิทยาลัย
ครั้งที่ 2/2568 วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2568



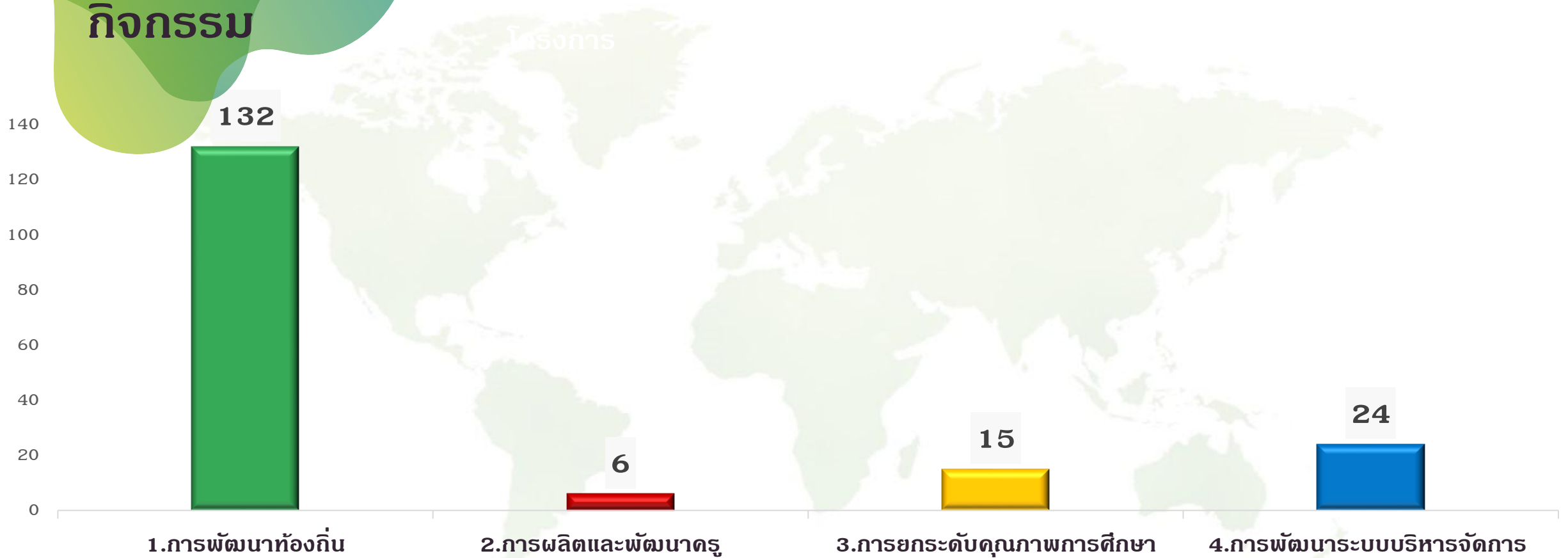
โครงการทั้งหมด

177

กิจกรรม

จำนวนโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ

จำแนกตามประเด็นยุทธศาสตร์



ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น

จำนวน 7 โครงการ 132 กิจกรรม



ได้แก่

- ด้านเศรษฐกิจ

1. โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก (จำนวน 5 โครงการ 77 กิจกรรม)
 - 1.1 โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก (จำนวน 73 กิจกรรม)
 - 1.2 โครงการการพัฒนาศักยภาพนักพันธกิจสัมพันธ์ (Upskill-AM) (จำนวน 1 กิจกรรม)
 - 1.3 โครงการการบริหารจัดการ VRU Marketplace เพื่อยกระดับรายได้ชุมชน (จำนวน 1 กิจกรรม)
 - 1.4 โครงการรวบรวม ประมวลผล จัดทำรายงานโครงการ คู่มือความรู้ สื่อเรียนรู้ (จำนวน 1 กิจกรรม)
 - 1.5 โครงการจัดเวทีนำเสนอบทเรียนและข้อเสนอเชิงนโยบาย (จำนวน 1 กิจกรรม)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น

จำนวน 7 โครงการ 132 กิจกรรม



ได้แก่

- ด้านเศรษฐกิจ

2. โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ (จำนวน 5 โครงการ 38 กิจกรรม)

2.1 โครงการสำรวจพื้นที่ เก็บข้อมูล เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการและติดตามผลการดำเนินโครงการ รวมถึงการบริหารจัดการโครงการ (จำนวน 1 กิจกรรม)

2.2 โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (จำนวน 33 กิจกรรม)

2.3 โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ (จำนวน 2 กิจกรรม)

2.4 โครงการจัดแสดงผลงาน และการจัดทำสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ (จำนวน 1 กิจกรรม)

2.5 โครงการฝึกอบรมปฏิบัติการพัฒนาทักษะ Re-skill / Up Skill ผู้ประกอบการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ การฝึกอบรมปฏิบัติการ และพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน (จำนวน 1 กิจกรรม)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น

จำนวน 7 โครงการ 132 กิจกรรม



ได้แก่

- ด้านสังคม

3. โครงการชุมชนดิจิทัล (Digital Community) เพื่อรองรับสังคมศตวรรษที่ 21 (จำนวน 1 โครงการ 1 กิจกรรม)

- ด้านสิ่งแวดล้อม

4. โครงการศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน (จำนวน 1 โครงการ 11 กิจกรรม)

5. โครงการการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น(จำนวน 2 โครงการ 2 กิจกรรม)

- ด้านการศึกษา

5. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษเพื่อการยกระดับชุมชนสู่สากล (จำนวน 1 โครงการ 1 กิจกรรม)

6. โครงการยกระดับคุณภาพการศึกษาโรงเรียนขนาดเล็ก (จำนวน 1 โครงการ 2 กิจกรรม)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนาครู

จำนวน 5 โครงการ 6 กิจกรรม



ได้แก่

1. โครงการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน (จำนวน 1 โครงการ 2 กิจกรรม)
2. โครงการสัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา 4 เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 (รุ่น 64) (จำนวน 1 โครงการ 1 กิจกรรม)
3. โครงการสัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา 2 เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 (รุ่น 66) (จำนวน 1 โครงการ 1 กิจกรรม)
4. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักศึกษา(ครูศาสตร์)
5. โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาทุนเฮอร์วีนเพื่อผลิตครูสังกัดกรุงเทพมหานครปีการศึกษา 2567 (จำนวน 1 โครงการ 1 กิจกรรม)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับคุณภาพการศึกษา

จำนวน 2 โครงการ 15 กิจกรรม



ได้แก่

1. โครงการยกระดับนวัตกรรมชุมชน ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม

(จำนวน 1 โครงการ 8 กิจกรรม)

1. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างทักษะอาจารย์ที่ปรึกษา
2. โครงการอบรมทักษะ Soft Skills ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม
3. โครงการกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการทักษะอาจารย์ที่ปรึกษา Upskills/Reskills
4. โครงการพัฒนาทักษะ Soft Skill ผู้นำนักศึกษา ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม
5. โครงการ SOCIAL ENGINEER CONCEPT รอบแรก
6. โครงการพัฒนาทักษะนักศึกษาวิศวกรสังคม Upskills/Reskills
7. โครงการ SOCIAL ENGINEER CONCEPT รอบสุดท้าย
8. โครงการ VRU SHOWCASE x VRU SUSTAINABILITY 2024

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับคุณภาพการศึกษา

จำนวน 2 โครงการ 15 กิจกรรม



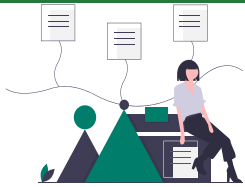
ได้แก่

2. โครงการพัฒนาศมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักศึกษา (จำนวน 1 โครงการ 7 กิจกรรม)

1. โครงการเตรียมความพร้อมสู่ทักษะ Soft Skill ด้านดิจิทัล และสารสนเทศในสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว
2. โครงการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ
3. โครงการวิทยาการคอมพิวเตอร์
4. โครงการประเมินสมรรถภาพทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาตามกรอบมาตรฐาน CEFR
5. โครงการอบรมเตรียมความพร้อมภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 3 รหัส 65
6. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศหรือหน่วยงานอื่น เพื่อร่วมจัดการศึกษาและยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาสู่มาตรฐานระดับสากล
7. โครงการพัฒนาศมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศในศตวรรษที่ 21 สำหรับนักศึกษา 7 คณะ 1 วิทยาลัย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบบริหารจัดการ

จำนวน 3 โครงการ 24 กิจกรรม



ได้แก่

1. โครงการพัฒนาคุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEx) (จำนวน 1 โครงการ 1 กิจกรรม)
2. โครงการพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากร เพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (จำนวน 2 โครงการ 23 กิจกรรม)
 - 2.1 โครงการพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากร เพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (จำนวน 7 กิจกรรม)
 - 2.2 โครงการ VRU มหาวิทยาลัยแห่งความยั่งยืน SDG (จำนวน 16 กิจกรรม)

ผลการดำเนินงาน
ของโครงการ

“มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”

โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก



ผลิตภัณฑ์ที่เกิดร่วมกับชุมชน
155 ผลงาน



ภาคีเครือข่าย
177 เครือข่าย



ลงพื้นที่ 3 จังหวัด
73 ตำบล 412 หมู่บ้าน

ผลลัพธ์

1. จังหวัดปทุมธานี

- จำนวน 25 ตำบล ครั้วเรือนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 46.46
- จำนวนผู้ประเมิน 624 คน จาก 131 หมู่บ้าน ร้อยละความพึงพอใจรวม (GVH) ของครั้วเรือนที่เข้าร่วมโครงการ คิดเป็นร้อยละ 84.50
- ผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน (SROI) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51

2. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

- จำนวน 16 ตำบล ครั้วเรือนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 25.79
- จำนวนผู้ประเมิน 420 คน จาก 69 หมู่บ้าน ร้อยละความพึงพอใจรวม (GVH) ของครั้วเรือนที่เข้าร่วมโครงการ คิดเป็นร้อยละ 86.64
- ผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน (SROI) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43

3. จังหวัดสระแก้ว

- จำนวน 32 ตำบล ครั้วเรือนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 39.16
- จำนวนผู้ประเมิน 712 คน จาก 212 หมู่บ้าน ร้อยละความพึงพอใจรวม (GVH) ของครั้วเรือนที่เข้าร่วมโครงการ คิดเป็นร้อยละ 87.74
- ผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน (SROI) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24

โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก

ผลผลิต

1. จังหวัดปทุมธานี

อาทิเช่น

1. ตะกร้าสานลายดอกบัว
2. รองเท้าปักตบชวา
3. แคมพูสระผสมกลี้นดอกบัวและกลี้นมะกรูด และทำผลิตภัณฑ์จูลินทรีย์ชีวภาพ (อีเอ็มบอล)
4. กระเป๋ากว้างสำหรับใส่สไบมอญ
5. ผลิตภัณฑ์กალะแมมอญได้รับการรับรองมาตรฐาน ออ.
6. น้ำพริกเห็ดสามเกลอ
7. พวงมาลัยลายผ้ามัดย้อม
8. น้ำพริกไข่เค็ม
9. เครื่องจักรสานจากเส้นใยพลาสติก
10. เสื้อยืดลายผ้ามัดย้อม เป็นต้น

1.จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

อาทิเช่น

1. น้ำพริกกากหมูสมุนไพร น้ำพริกเห็ด น้ำพริกปลาช่อนทอดกรอบ
2. ไข่มะพร้าวหวาน เกรกเกอร์ ไข่พืชีไข่มะพร้าวหวาน
3. ยาหม่องบ้านบางไทร
4. น้ำมันหอมระเหยกลี้นมะลิ
5. ที่คาดผมจากเศษผ้า ยางมัดผมจากเศษผ้า กิ๊ฟติดผมจากเศษผ้า
6. พัฒนาสูตรกระยาสารท เป็น Snack Bar
7. เรือพื้นบ้านไทยแม่เหล็ก
8. วัสดุบำรุงดินอัดเม็ด
9. ก้านไม้หอมโรม่าปรับอากาศสีทอง
10. ดอกไม้ประดิษฐ์จากโสน เป็นต้น

1. จังหวัด สระแก้ว

อาทิเช่น

1. ข้าวเกรียบผักเคล
2. วัสดุปลูกจากมูลไส้เดือน
3. บะหมี่ผักทอง
4. กบแดดเดียวสมุนไพร
5. ขนมกะหรี่ปั๊บบั๊บบ่ม่วง
6. น้ำส้มควันไม้ผสมสมุนไพรสำหรับสัตว์เลี้ยง
7. น้ำส้มควันไม้กลั่นบริสุทธิ์
8. ผ้าทอลายต่างดาว
9. ลูกอมสมุนไพรน้ำผึ้งมะนาว / มะขามน้ำผึ้ง
10. สบู่ก้อน สบู่เหลว แชมพูข้าวหอม บรรจุภัณฑ์ใส่สบู่จากเศษผ้า เป็นต้น

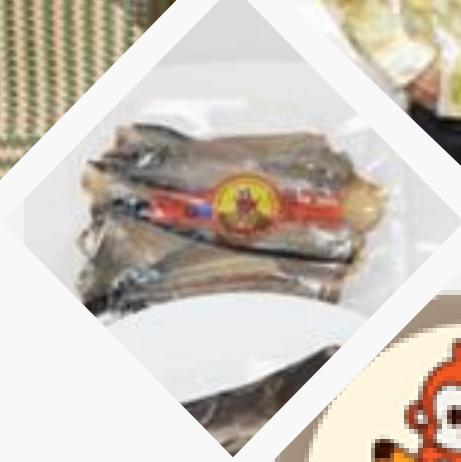
โครงการยกระดับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่

University as Marketplace

ผลิต จำนวนผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 33 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์จังหวัดปทุมธานี จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์

1. สมุนไพรชุมชนไวก้อ๋เฮ้าส์
2. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุก
3. กาละแม by ซูลี
4. ผ้ามัดย้อม Baitong shop
5. ผ้าทอมณีเจ้าพระยา
6. ขนมปั้นขลิบ
7. ผ้าแบรนด์ AZ Alizz
8. ผ้ามัดคราม
9. ผ้าทอเส้นใยบัวหลวง
10. รุ่งทิวาผ้ามัดย้อม
11. วาฟเฟิลเห็ดกรอบ
12. รองเท้าจากยางเกงยีนส์
13. เครื่องปั้นเบญจรงค์
14. ผ้าเขียนลาย
15. กล้วยหอมปทุมรัตน์
16. ถ่านอัดแท่ง
17. เมล่อนและเห็ดนางฟ้าภูฐาน
18. โกโก้
19. ไข่เค็มผู้พัน



โครงการยกระดับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่

University as Marketplace

ผลผลิต

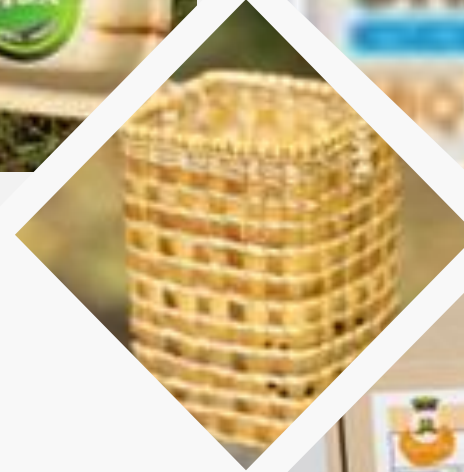
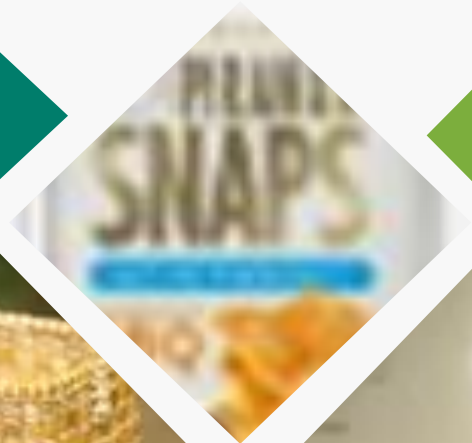
ผลิตภัณฑ์จังหวัดสระแก้ว(ต่อ)

- 20. กล้วยเกลียวทอง
- 21. เครื่องนุ่งบุญเพ็ง
- 22. หมี่กรอบพันกุ้ง
- 23. จิเบอรี่หม่อนเพื่อสุขภาพ
- 24. ผ้าไหมมัดหมี่
- 25. กระเป๋าผ้าปางสีดา
- 26. ผ้าทอมือบ้านวังยาว

- 27. ผ้าขาวม้าหนองโกวิทย์
- 28. กระเป๋าสานพลาสติก เขาวลัษณ์
- 29. จานกาบมาก
- 30. ผ้าฝาทอมือ
- 31. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปพืชเศรษฐกิจไร้ดุงตะวัน
- 32. จังหวัดสระแก้วผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์
- 33. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรทับทิมสยาม 05

ผลลัพท์

ผลิตภัณฑ์ทั้ง 33 ผลิตภัณฑ์ มีรายได้ทั้งปีงบประมาณ 2566 จำนวน 658,450 บาท
ปีงบประมาณ 2567 จำนวน 892,000 บาท เพิ่มขึ้น 233,550 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.47



โครงการยกระดับคุณภาพการศึกษา โรงเรียนขนาดเล็กสังกัด สพฐ. โรงเรียน ตชด. และโรงเรียนกองทุนการศึกษา



โรงเรียนเครือข่าย
20
โรงเรียน



นวัตกรรม
42
ผลงาน

ผลผลิต

ดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมพัฒนาสมรรถนะบุคลากรทางการศึกษาโดยมี

1. โรงเรียนขนาดเล็ก สังกัด สพฐ. โรงเรียน ตชด. โรงเรียนกองทุนการศึกษา จำนวน 20 โรงเรียน
2. ครูประจำการทั่วไป จำนวน 50 คน
3. ศิษย์เก่า จำนวน 30 คน
4. อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ และบุคลากรคณะครุศาสตร์ จำนวน 98 คน

1. บุคลากรทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัด สพฐ. โรงเรียน ตชด. โรงเรียนกองทุนการศึกษา จำนวน 40 คน

ผลลัพธ์

ครูโรงเรียนเครือข่าย 20 โรงเรียน ได้นำนวัตกรรมไปใช้ในการเรียนการสอน และอยู่ระหว่างการดำเนินการติดตาม
วัดผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนในโรงเรียนเครือข่าย



โครงการพัฒนานวัตกรรมการศึกษา เพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน



โรงเรียนเครือข่าย
60
โรงเรียน

ผลผลิต

1. ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา ในเขตพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัย จำนวน 60 คน ร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อวางแผนในการพัฒนาการเป็นนวัตกรรมการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model เมื่อวันที่ 23-24 เมษายน 2567 จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 98.33
2. โรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 60 โรงเรียน เข้าร่วมพัฒนาการเป็นนวัตกรรมการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model
3. ผู้บริหาร ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยงและศิษย์เก่าที่อยู่ในโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู จำนวน 60 คน เข้าร่วมโครงการ จำนวน 61 คน ได้รับการ re-skill up-skill and new skill ให้เป็นนวัตกรรมการศึกษา ตามสมรรถนะ PTRU Model เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2567 คิดเป็นร้อยละ 101
4. ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยงและนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู จำนวน 426 คน มีลักษณะของ STRONG & SMART teacher จำนวน 410 คน เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2567 คิดเป็นร้อยละ 96.24

ผลลัพธ์

การพัฒนานวัตกรรมการศึกษาตามรูปแบบ PTRU Model จำนวน 5 โมเดลที่อาศัยความร่วมมือจากโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู เมื่อวันที่ 1,4-5 เมษายน 2567



โครงการพัฒนา Soft Skill ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม



วิศวกรสังคม
1,206 คน



นวัตกรรมแก้ไขปัญหามุมชน
28 ผลงาน



แผนธุรกิจ
10 ผลิตภัณฑ์

ผลผลิต

1. นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการทำงานผ่านกิจกรรมกระบวนการวิศวกรสังคมจำนวน 1,206 คน
2. นักศึกษาสามารถออกแบบและสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหามุมชน จำนวน 28 โครงการ ลงพื้นที่ 28 ชุมชน
3. นักศึกษาเข้าร่วมโครงการทักษะความเป็นผู้ประกอบการ 10 ทีม 10 ผลิตภัณฑ์ อยู่ระหว่างการส่งเสริมต่อยอดการดำเนินธุรกิจ

ผลลัพธ์

ดำเนินการแก้ไขปัญหามุมชน จำนวน 28 โครงการ ใน 6 พื้นที่จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี สระแก้ว พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สุพรรณบุรี นครปฐม โดยสามารถถอดบทเรียนองค์ความรู้ได้ 3 กลุ่ม (รายละเอียดตามเอกสารแนบตารางที่ 9)

กลุ่มที่ 1 Bioeconomy เศรษฐกิจชีวภาพ จำนวน 9 ทีม

กลุ่มที่ 2 Green economy ระบบเศรษฐกิจสีเขียว จำนวน 9 ทีม

กลุ่มที่ 3 Circular economy เศรษฐกิจหมุนเวียน จำนวน 10 ทีม



รายงานผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

เสนอคณะกรรมการสภามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ครั้งที่ ๒/๒๕๖๘

ในวันที่ ๖ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๘

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร.....	ข
ตารางที่ ๑ : สรุปจำนวนโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๖๗ (จำแนกตามแหล่งงบประมาณ)	๑
ตารางที่ ๒ : รายชื่อโครงการตามประเด็นยุทธศาสตร์	๒
ตารางที่ ๓ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี ๒๕๖๗.....	๒๓
ตารางที่ ๔ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นที่ใช้งบประมาณรายได้มหาวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๗	๑๙๑
ตารางที่ ๕ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นที่ใช้งบประมาณสนับสนุนจากแหล่งอื่น ประจำปี ๒๕๖๗	๑๙๒
ตารางที่ ๖ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครูที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี ๒๕๖๗	๑๙๓
ตารางที่ ๗ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครูที่ใช้งบประมาณรายได้มหาวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๗.....	๑๙๕
ตารางที่ ๘ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครูที่ใช้งบประมาณสนับสนุนจากแหล่งอื่น ประจำปี ๒๕๖๗.....	๑๙๘
ตารางที่ ๙ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา (คณะอื่นๆนอกเหนือจากครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์) ที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี ๒๕๖๗.....	๑๙๙
ตารางที่ ๑๐ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา (คณะอื่นๆนอกเหนือจากครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์) ที่ใช้งบประมาณรายได้มหาวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๗.....	๒๐๕
ตารางที่ ๑๑ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา (คณะอื่นๆนอกเหนือจากครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์) ที่ใช้งบประมาณสนับสนุนจากแหล่งอื่น ประจำปี ๒๕๖๗.....	๒๐๗
ตารางที่ ๑๒ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี ๒๕๖๗	๒๐๘
ตารางที่ ๑๓ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ใช้งบประมาณรายได้มหาวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๗.....	๒๑๗
ตารางที่ ๑๔ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ใช้งบประมาณสนับสนุนจากแหล่งอื่นๆ ประจำปี ๒๕๖๗	๒๑๘
ตารางที่ ๑๕ : แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น	๒๑๙
ตารางที่ ๑๖ : แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครู.....	๒๒๓
ตารางที่ ๑๗ : แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา.....	๒๒๔
ตารางที่ ๑๘ : แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการ.....	๒๒๕
ตารางที่ ๑๙ : สรุปผลการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๖๗	๒๒๖
ตารางที่ ๒๐ : กระบวนการทำงานของมหาวิทยาลัยที่ทำให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๖๗ บรรลุผล.....	๒๒๘
ตารางที่ ๒๑ : สรุปผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นประจำปี ๒๕๖๗	๒๓๒
ตารางที่ ๒๒ : รายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จำแนกรายโครงการ	๒๕๓
ตารางที่ ๒๓ : รายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จำแนกรายโรงเรียน.....	๒๕๔
ตารางที่ ๒๔ : รายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จำแนกรายหมู่บ้าน	๒๕๕
ภาคผนวก.....	๒๕๖

บทสรุปผู้บริหาร

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้มีการขับเคลื่อนโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นกับชุมชนพื้นที่รับผิดชอบ โดยมีสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ สถาบันวิจัยและพัฒนา คณะ/วิทยาลัยและหน่วยงานต่างๆ ดำเนินการจำนวน ๑๗๗ โครงการ จำแนกออกตามยุทธศาสตร์แต่ละมิติ ได้แก่ **ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาท้องถิ่น ๑๓๒ โครงการ** แบ่งออกเป็น มิติเศรษฐกิจ ๑๑๕ โครงการ มิติด้านสังคม ๑ โครงการ มิติด้านสิ่งแวดล้อม ๑๓ โครงการ และมิติการศึกษา ๓ โครงการ **ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การผลิตและพัฒนาครู ๖ โครงการ** แบ่งออกเป็น การผลิตครู ๒ โครงการ และการพัฒนาครู (บัณฑิต มรภ.) ๔ โครงการ **ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การยกระดับคุณภาพการศึกษา ๑๕ โครงการ** และ **ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การพัฒนาระบบบริหารจัดการ ๒๔ โครงการ** มีการยกระดับรายได้ชุมชน ๓ จังหวัด คือ ๑. จังหวัดปทุมธานี จำนวน ๒๕ ตำบล ครึ่งเรือนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ ๔๖.๔๖ จำนวนผู้ประเมิน ๖๒๔ คน จาก ๑๓๑ หมู่บ้าน ร้อยละความพึงพอใจรวม (GVH) ของครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการ คิดเป็นร้อยละ ๘๔.๕๐ ผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน (SROI) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๒.๕๑ ๒. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน ๑๖ ตำบล ครึ่งเรือนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ ๒๕.๗๙ จำนวนผู้ประเมิน ๔๒๐ คน จาก ๖๙ หมู่บ้าน ร้อยละความพึงพอใจรวม (GVH) ของครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการ คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๖๔ ผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน (SROI) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๒.๔๓ และ ๓. จังหวัดสระแก้ว จำนวน ๓๒ ตำบล ครึ่งเรือนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ ๓๙.๑๖ จำนวนผู้ประเมิน ๗๑๒ คน จาก ๒๑๒ หมู่บ้าน ร้อยละความพึงพอใจรวม (GVH) ของครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการ คิดเป็นร้อยละ ๘๗.๗๔ ผลกระทบทางสังคมจากการลงทุน (SROI) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ๒.๒๔ โดยมีผู้ประกอบการที่ได้รับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์จำนวน ๓๓ ผลิตภัณฑ์ มีรายได้ทั้งปี ๒๕๖๖ จำนวน ๖๕๘,๔๕๐ บาท และรายได้ทั้งปี ๒๕๖๗ จำนวน ๘๙๒,๐๐๐ บาท รายได้เพิ่มขึ้น ๒๓๓,๕๕๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๔๗ มีครูโรงเรียนเครือข่าย จำนวน ๒๐ โรงเรียน มีจำนวนอาจารย์ที่ผ่านการอบรมกระบวนการวิศวกรสังคม ๑๐๐ คน นักศึกษาวิศวกรสังคม ๑,๒๐๖ คน สามารถออกแบบและสร้างนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาชุมชน จำนวน ๒๘ โครงการ ๒๘ พื้นที่ และมีนักศึกษาเข้าร่วมโครงการทักษะความเป็นผู้ประกอบการ ๑๐ ทีม ๑๐ ผลิตภัณฑ์ อยู่ระหว่างการส่งเสริมต่อยอดการค้าในธุรกิจ โดยโครงการพัฒนาท้องถิ่น เสริมพลังปัญญาของแผ่นดินนี้ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์เพื่อยกคุณภาพมาตรฐานมหาวิทยาลัยราชภัฏสู่คุณภาพเป็นเลิศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตสู่ต้นกบฏปฏิบัติอย่างมืออาชีพ การยกคุณภาพมาตรฐานชีวิตของชุมชน ท้องถิ่น และพื้นที่ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ทั้งนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนในมิติต่างๆ ที่สอดคล้องกับแนวทางของรัฐบาลที่กำหนดยุทธศาสตร์ชาติและมิกระบวน การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ BCG Economy เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) โดยเน้นการพัฒนาในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการศึกษา ของพื้นที่นั้นๆ อย่างบูรณาการ เพื่อให้เกิดโครงการในพื้นที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามความต้องการของพื้นที่อย่างแท้จริง

ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีการบริหารจัดการเพื่อดำเนินงานยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นสู่ความสำเร็จ โดยทำนอการบติถ่ายทอดและมอบนโยบาย ตัวชี้วัด และให้รองอธิการบดีด้านบริการวิชาการ รองอธิการบดีด้านการวิจัย และรองอธิการบดีด้านบริหารจัดการร่วมกับผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาเป็นผู้กำกับติดตามร่วมกันกับคณบดีคณะ/วิทยาลัยต่างๆคณะทำงานโครงการพันธกิจสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่ตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายของการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘

รายงานผลการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๖๗

ตารางที่ ๑ : สรุปจำนวนโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๖๗ (จำแนกตามแหล่งงบประมาณ)

ประเด็นยุทธศาสตร์	จำนวนโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น			รวม
	งบประมาณแผ่นดิน	งบประมาณรายได้	งบประมาณจากแหล่งทุนอื่น	
๑. การพัฒนาท้องถิ่น				
-ด้านเศรษฐกิจ	๑๑๕			๑๑๕
-ด้านสังคม	๑			๑
-ด้านสิ่งแวดล้อม	๑๓			๑๓
-ด้านการศึกษา	๓			๓
๒. การผลิตและพัฒนาครู				
-การผลิตครู	๒			๒
-การพัฒนาครู (บัณฑิต มรภ.)		๓	๑	๔
๓. การยกระดับคุณภาพการศึกษา	๘	๗		๑๕
๔. การพัฒนาระบบบริหารจัดการ	๒๔			๒๔
รวม	๑๖๖	๑๐	๑	๑๗๗

*การยกระดับคุณภาพการศึกษา เป็นการพัฒนาคุณภาพการศึกษาภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ได้แก่ สมรรถนะวิชาชีพและทักษะบัณฑิต หลักสูตร ศักยภาพผู้สอน ห้องปฏิบัติการ/อุปกรณ์ การเรียนรู้ กระบวนการจัดการเรียนรู้ ฯลฯ

ตารางที่ ๒ : รายชื่อโครงการตามประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้งบสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
๑. การพัฒนาท้องถิ่น	<u>ด้านเศรษฐกิจ</u> ๑. โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก (จำนวน ๕ โครงการ ๗๗ กิจกรรม) ๑.๑ โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก (จำนวน ๗๓ กิจกรรม) พื้นที่จังหวัดปทุมธานี (จำนวน ๒๕ กิจกรรม) ๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก จังหวัดปทุมธานี ๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านจั่ว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ๗. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลสวนพริกไทย อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี ๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ๑๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ๑๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลระแหง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ๑๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๑๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลศาลาครุ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ๑๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ๑๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ๑๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ๑๗. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลท้ายเกาะ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ๑๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองเจ็ด อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ๑๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบึงข้าว อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้งบสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๒๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบางชะแยง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ๒๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบางเตือ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ๒๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองพระอุดม อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ๒๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ๒๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี (พื้นที่ใหม่) ๒๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี (พื้นที่ใหม่) พื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (จำนวน ๑๖ กิจกรม) ๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	ตำบลกกแก้วบุรพา อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลช้างใหญ่ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบางพลี อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบางไทรอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านกลึง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๗. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านแปงอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านม้า อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลไผ่พระ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบางยี่โท อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลโคกช้าง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลแคตก อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลแคออก อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	ตำบลช้างน้อย อำเภอบางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ๑๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านเกาะ อำเภอบาง ไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา พื้นที่จังหวัดสระแก้ว (จำนวน ๓๒ กิจกรรรม) ๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลโคกลาน อำเภอดาพระยา จังหวัด สระแก้ว ๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลทัพราช อำเภอดาพระยา จังหวัด สระแก้ว ๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลทัพไทย อำเภอดาพระยา จังหวัด สระแก้ว ๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลขี้มะกรูดอำเภอคลองหาด จังหวัด สระแก้ว ๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัด สระแก้ว		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว ๗. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลท่าข้าม อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านใหม่หนองไทร อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเขาฉกรรจ์ อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว ๑๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลวังใหม่ อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ๑๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลสระแก้ว อำเภอเมืองสระแก้ว ๑๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลท่าเกษม อำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว ๑๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้งบสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ๑๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลตาหลังใน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว ๑๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลตาพระยา อำเภตาพระยา จังหวัดสระแก้ว ๑๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลหนองแวง อำเภโคกสูง จังหวัดสระแก้ว ๑๗. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านด่าน อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ๑๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลทัพเสด็จ อำเภตาพระยา จังหวัดสระแก้ว ๑๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลโนนหมากมุ่น อำเภโคกสูง จังหวัดสระแก้ว ๒๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้สนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	ตำบลพระเพลิง อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว ๒๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลหนองม่วง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว ๒๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลโคกสูง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว ๒๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว ๒๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองไก่อ่อน อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว ๒๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ๒๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองน้ำใส อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ๒๗. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้สนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	ตำบลทุ่งมหาเจริญ อำเภอน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว ๒๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเมืองไผ่ อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ๒๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลป่าไร่ อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว ๓๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลพัฒนานคร อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (พื้นที่ใหม่) ๓๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลท่าเกวียน อำเภอพัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (พื้นที่ใหม่) ๓๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองทับจันทร์ อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (พื้นที่ใหม่) ๑.๒ โครงการการพัฒนาศักยภาพนักพันธกิจสัมพันธ์ (Upskill-AM) (จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการพัฒนาศักยภาพนักพันธกิจสัมพันธ์ (Upskill-AM)		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้สนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๑.๓ โครงการการบริหารจัดการ VRU Marketplace เพื่อยกระดับรายได้ชุมชน (จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการบริหารจัดการ VRU Marketplace เพื่อยกระดับรายได้ชุมชน ๑.๔ โครงการรวบรวม ประมวลผล จัดทำ รายงานโครงการ คู่มือความรู้ สื่อเรียนรู้ (จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการรวบรวม ประมวลผล จัดทำ รายงานโครงการ คู่มือความรู้ สื่อเรียนรู้ ๑.๕ โครงการจัดเวทีนำเสนอบทเรียนและ ข้อเสนอเชิงนโยบาย (จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. จัดเวทีนำเสนอบทเรียนและข้อเสนอเชิง นโยบาย ๒. โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ (จำนวน ๔ โครงการ ๓๘ กิจกรรม) ๒.๑ โครงการสำรวจพื้นที่ เก็บข้อมูล เพื่อ คัดเลือกผู้ประกอบการและติดตามผลการ ดำเนินโครงการ รวมถึงการบริหารจัดการ โครงการ (จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการการสำรวจพื้นที่ เก็บข้อมูล เพื่อ คัดเลือกผู้ประกอบการและติดตามผลการ ดำเนินโครงการ รวมถึงการบริหารจัดการ โครงการ ๒.๒ โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชน (จำนวน ๓๓ กิจกรรม)		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้งบสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๑. โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (จำนวน ๓๓ กิจกรรม) จังหวัดปทุมธานีจำนวน ๑๕ ผลิตภัณฑ์ ๑. สมุนไพรชุมชนไวก้อเฮาส์ ๒. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาดุก ๓. กาละแม by ชูลี่ ๔. ผ้ามัดย้อม Baitong shop ๕. ผ้าทอมณีเจ้าพระยา ๖. ขนมปั้นขลิบ ๗. ผ้าแบรนด์ AZ Alizz ๘. ผ้ามัดคราม ๙. ผ้าทอเส้นใยบัวหลวง ๑๐. รุ่งทิวาผ้ามัดย้อม ๑๑. วาฟเฟิลเห็ดกรอบ ๑๒. รองเท้าจากกางเกงยีนส์ ๑๓. เครื่องปั้นเบญจรงค์ ๑๔. ผ้าเขียนลาย ๑๕. กล้วยหอมปทุมรัตน์ จังหวัดสระแก้วจำนวน ๑๘ ผลิตภัณฑ์ ๑๖. ถ่านอัดแท่ง ๑๗. เมล่อนและเห็ดนางฟ้าภูฐาน ๑๘. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรทับทิมสยาม ๐๕ ๑๙. ไข่เค็มผู้พัน ๒๐. กล้วยเกลียวทอง ๒๑. เครื่องหนังบุญเพ็ง ๒๒. หมี่กรอบพันธุ์ง ๒๓. จิเบอรรี่หม่อนเพื่อสุขภาพ		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้สนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๒๔. ผ้าไหมมัดหมี่ ๒๕. กระเป๋าดำปางสีดา ๒๖. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปพืชเศรษฐกิจไร้ดัจ ตะวัน ๒๗. โกโก้ ๒๘. กระเป๋าสานพลาสติก เยาวลักษณ์ ๒๙. จานกาบมาก ๓๐. ผ้าฝ้ายทอมือ ๓๑. ผ้าทอมือบ้านวังยาว ๓๒. จังหวัดสระแก้วผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์ ๓๓. ผ้าขาวม้าหนองโกวิท ๒.๓ โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ (จำนวน ๒ กิจกรรม) ๑. โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ ๒. โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ปีงบประมาณ ๒๕๖๗ ๒.๔ โครงการจัดแสดงผลงาน และการจัดทำ สื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้าง การรับรู้ (จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการจัดแสดงผลงาน และการจัดทำสื่อ วีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างการ รับรู้ ๒.๕ โครงการฝึกอบรมปฏิบัติการพัฒนา ทักษะ Re-skill / Up Skill ผู้ประกอบการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์การฝึกอบรม ปฏิบัติการ และพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ ผลิตภัณฑ์ชุมชน (จำนวน ๑ กิจกรรม)		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๑. โครงการฝึกอบรมปฏิบัติการพัฒนาทักษะ Re-skill / Up Skill ผู้ประกอบการ และ อาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์การฝึกอบรม ปฏิบัติการ และพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ ผลิตภัณฑ์ชุมชน <u>ด้านสังคม</u> ๓. โครงการชุมชนดิจิทัล (Digital Community) เพื่อรองรับสังคมศตวรรษที่ ๒๑ (จำนวน ๑ โครงการ ๑ กิจกรรม) ๓.๑ โครงการชุมชนดิจิทัล (Digital Community) เพื่อรองรับสังคมศตวรรษที่ ๒๑ (จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการชุมชนดิจิทัล (Digital Community) เพื่อรองรับสังคมศตวรรษที่ ๒๑ <u>ด้านสิ่งแวดล้อม</u> ๔. โครงการศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชน อย่างยั่งยืน (จำนวน ๑ โครงการ ๑๑ กิจกรรม) ๔.๑ โครงการศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชน อย่างยั่งยืน (จำนวน ๑๑ กิจกรรม) ๑. การขับเคลื่อนศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและส่งเสริมการเรียนรู้ตามแนวพระราชดำริและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๒. สำรวจทรัพยากรพืชและสิ่งมีชีวิตและเก็บรวบรวมตัวอย่างแห้งและดองเพื่อเป็นสื่อการเรียนรู้ ๓. การปลูกรักษาต้นไม้ในโครงการพระราชดำริ (สัคมเหล็กซ์/สักสยามินทร์/แฝก) ๔. สร้างจิตสำนึกสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและงานฐานทรัพยากรท้องถิ่น ๕. จัดทำฐานข้อมูลความหลากหลายทางชีวภาพ (๙ ใบงาน) ๖. บริหารจัดการศูนย์สัมมนาโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืช ๗. ประชุมวิชาการ/นิทรรศการนำเสนอผลงานของโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืช ๘. พัฒนาแหล่งเรียนแปลงอนุรักษ์พันธุ์ไม้พื้นเมืองและบ้านชีววิถีพอเพียง (กล้วย/บัว) ๙. โครงการศูนย์การเรียนรู้ศาสตร์พระราชา-สระแก้ว ๑๐. ศูนย์การเรียนรู้และพัฒนาข้าวครบวงจรเพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน ๑๑. ศูนย์รับรองคุณวุฒิวิชาชีพด้านเกษตรกรรมและการผลิตอาหาร ๕. โครงการการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น(จำนวน ๒ โครงการ ๒ กิจกรรม) ๕.๑ โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น (จำนวน ๑ กิจกรรม)		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้งบสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๑. โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ๕.๒ โครงการมหกรรม Soft Power สระแก้ว ชายแดนเบื้องบูรพาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการมหกรรม Soft Power สระแก้ว ชายแดนเบื้องบูรพาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ <u>ด้านการศึกษา</u> ๖. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษเพื่อการยกระดับชุมชนสู่สากล (จำนวน ๑ โครงการ ๑ กิจกรรม) ๖.๑ โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษเพื่อการยกระดับชุมชนสู่สากล (จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษเพื่อการยกระดับชุมชนสู่สากล ๗. โครงการยกระดับคุณภาพการศึกษา โรงเรียนขนาดเล็ก (จำนวน ๑ โครงการ ๒ กิจกรรม) ๗.๑ โครงการยกระดับคุณภาพการศึกษา โรงเรียนขนาดเล็ก (จำนวน ๒ กิจกรรม) ๑. โครงการกิจกรรมยกระดับคุณภาพการศึกษาโรงเรียนขนาดเล็ก ๒. โครงการเสริมพัฒนาสมรรถนะบุคลากรทางการศึกษา		
๒. การผลิตและพัฒนาครู	<u>การผลิตครู</u>	<u>พัฒนาครู</u> ๑. โครงการสัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๔ เพื่อเสริมสร้าง	<u>พัฒนาครู</u> ๑. โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาทุนเอดวอร์ดเพื่อผลิตครูสังกัดกรุงเทพมหานครปี

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้งบสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๑. โครงการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน (จำนวน ๑ โครงการ ๒ กิจกรรม) ๑.๑ โครงการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน (จำนวน ๑ โครงการ ๒ กิจกรรม) ๑. โครงการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน ๒. โครงการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะ PTRU Model เป็นฐานการพัฒนาครู (บัณฑิต มรภ.)	คุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษา ชั้นปีที่ ๔ (รุ่น ๖๔) (จำนวน ๑ โครงการ ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการสัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๔ เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๔ (รุ่น ๖๔) ๒. โครงการสัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๒ เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๒ (รุ่น ๖๖) (จำนวน ๑ โครงการ ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการสัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๒ เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๒ (รุ่น ๖๖) ๓. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในศตวรรษที่ ๒๑ สำหรับนักศึกษา(ครุศาสตร์) (จำนวน ๑ โครงการ ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในศตวรรษที่ ๒๑ สำหรับนักศึกษา(ครุศาสตร์)	การศึกษา ๒๕๖๗ (จำนวน ๑ โครงการ ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาทุนเฮอร์วีน เพื่อผลิครูสังกัดกรุงเทพมหานครปีการศึกษา ๒๕๖๗
๓. การยกระดับคุณภาพการศึกษา	๑. โครงการยกระดับนวัตกรรมชุมชน ด้วยกระบวนการวิศวะการสังคม (จำนวน ๑ โครงการ ๘ กิจกรรม) ๑.๑ โครงการยกระดับนวัตกรรมชุมชน ด้วยกระบวนการวิศวะการสังคม	๑. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในศตวรรษที่ ๒๑ สำหรับนักศึกษา (จำนวน ๑ โครงการ ๗ กิจกรรม)	

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้งบสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	(จำนวน ๘ กิจกรรม) ๑. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างทักษะอาจารย์ที่ปรึกษา ๒. โครงการอบรมทักษะ Soft Skills ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม ๓. โครงการกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการทักษะอาจารย์ที่ปรึกษา Upskills/Reskills ๔. โครงการพัฒนาทักษะ Soft Skill ผู้นำนักศึกษา ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม ๕. โครงการ SOCIAL ENGINEER CONCEPT รอบแรก ๖. โครงการพัฒนาทักษะนักศึกษาวิศวกรสังคม Upskills/Reskills ๗. โครงการ SOCIAL ENGINEER CONCEPT รอบสุดท้าย ๘. โครงการ VRU SHOWCASE x VRU SUSTAINABILITY ๒๐๒๔	๑. โครงการเตรียมความพร้อมสู่ทักษะ Soft Skill ด้านดิจิทัล และสารสนเทศในสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว ๒. โครงการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ ๓. โครงการวิทยาการคอมพิวเตอร์ ๔. โครงการประเมินสมรรถภาพทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาตามกรอบมาตรฐาน CEFR ๕. โครงการอบรมเตรียมความพร้อมภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๓ รหัส ๖๕ ๖. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศหรือหน่วยงานอื่นเพื่อร่วมจัดการศึกษาและยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาสู่มาตรฐานระดับสากล ๗. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศในศตวรรษที่ ๒๑ สำหรับนักศึกษา ๗ คณะ ๑ วิทยาลัย	
๔. พัฒนาระบบบริหารจัดการ	๑. โครงการพัฒนาคุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX) (จำนวน ๑ โครงการ ๑ กิจกรรม) ๑.๑ โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ (EdPEX)(จำนวน ๑ กิจกรรม) ๑. โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ (EdPEX)		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๒. โครงการพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากร เพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (จำนวน ๒ โครงการ ๒๓ กิจกรรม) ๒.๑ โครงการพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากร เพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน (จำนวน ๗ กิจกรรม) ๑. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนางาน” ๒. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนางาน” ๓. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “พัฒนาศักยภาพอาจารย์ด้านภาษาอังกฤษ” ๔. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “valaya professional trainer” ๕. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การทำผลงานเชิงวิเคราะห์ เพื่อการบริหารผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ” ๖. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การเตรียมความพร้อมหัวหน้างานมือใหม่ สู่การเป็นหัวหน้างานมืออาชีพ” ๗. โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวปฏิบัติที่ดี (VRU KM Day ๒๐๒๔) ๒.๒ โครงการ VRU มหาวิทยาลัยแห่งความยั่งยืน SDG (จำนวน ๑๖ กิจกรรม) ๑. โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อเป้าหมายการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน ๒. โครงการประกวดนวัตกรรมการจัดการขยะ		

ประเด็นยุทธศาสตร์	โครงการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน	โครงการที่ใช้งบประมาณรายได้	โครงการที่ใช้บสนับสนุนอื่นๆ (ระบุ)
	๓. โครงการDIY ไอเดียเปลี่ยนขยะให้มีประโยชน์ ๔. โครงการสร้างพื้นที่การเรียนรู้สู่การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ๕. โครงการมูม Green Digital by VRU ๖. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว (ศูนย์สระแก้ว) ๗. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์คณะเทคโนโลยีการเกษตร ๘. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์อาคารเรียน ๖ และอาคารเรียน ๗ คณะครุศาสตร์ ๙. โครงการเปลี่ยนหลอดไฟ LED ๑๐. โครงการการปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณจุดรอรถประจำทาง (Streetscape) ๑๑. โครงการบำรุงรักษาเครื่องปรับอากาศภายในมหาวิทยาลัย ๑๒. โครงการรณรงค์ป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าและแก้ไขปัญหาสุนัขและแมวจรจัดเชิงรุกสู่ชุมชน ๑๓. โครงการส่งเสริมยกระดับทักษะและองค์ความรู้พลังงานแสงอาทิตย์เพื่อการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ๑๔. โครงการสื่อประชาสัมพันธ์และของที่ระลึกสร้างภาพลักษณ์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ๑๕. โครงการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ๑๖. โครงการงานบำรุงรักษา อนุรักษ์น้ำไฟสร้างมหาวิทยาลัยแห่งความยั่งยืน		

ตารางที่ ๓ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจ					
๑. โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก					
๑.๑ โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก					
พื้นที่จังหวัดปทุมธานี (๒๕ โครงการ)					
๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก จังหวัดปทุมธานี	๑.ตำบลบางกระบือ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๓ หมู่บ้าน	-ชุมชนขาดองค์ความรู้เรื่อง การแปรรูป/การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า	-จัดอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าสานลายดอกบัว และให้ความรู้เกี่ยวกับออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ตะกร้าสานลายดอกบัว ๒. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๓.๓๓ - รายได้เดิม ๖๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๘๐๐ บาท - รายได้ที่เพิ่มขึ้น ๒๐๐ บาท ๓ . GVH = ๙๒.๘๗ ๔. SROI = ๑.๔๗	โครงการพัฒนา
๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	๒.ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๘ หมู่บ้าน	จากการศึกษาสภาพปัญหาชุมชนตำบลบางเตย พบว่า คนในชุมชนขาดองค์ความรู้ด้าน การใช้เทคโนโลยี เช่น การใช้สื่อ Social Media เพื่อทำการตลาดให้เกิดการเพิ่มรายได้	การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากชุมชน จากมูลไส้เดือน - พัฒนาผลิตภัณฑ์ トラสินค้า และช่องทางการจัดจำหน่าย และ การตลาดเพื่อเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน -อบรมเชิงปฏิบัติการเสริมทักษะด้านการตลาดออนไลน์ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. กระเป๋าผักตบชวาตกแต่งผ้ามัดย้อม ๒. น้ำหมักมูลไส้เดือน ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ - รายได้เดิม ๑๒,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๓,๒๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๒๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๖.๘๕ ๕. SROI = ๑.๗๑	โครงการพัฒนา
๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคน	ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี/๔ หมู่บ้าน	จากการสำรวจสภาพชุมชนพบว่า ประชาชนในพื้นที่ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก	-การรวมกลุ่มเพื่อนำสมุนไพรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์แชมพูสระ	๑. แชมพูสระผมกลิ่นดอกบัว และกลิ่นมะกรูด	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
ในชุมชนฐานราก ตำบลสามโคก อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี		จังหวัดปทุมธานี มีความเป็นสังคมเมืองและมีกลุ่มผู้สูงอายุจำนวนมากที่ไม่มีอาชีพและต้องการมีรายได้เพิ่มขึ้น และในชุมชนยังไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพและยังขาดองค์ความรู้ด้านการตลาด	ผกกิ่งดอกบัว และกลิ้งมะกรูด และทำผลิตภัณฑ์จลินทรีย์ชีวภาพ (อเอ็มบอล) (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๒.ผลิตภัณฑ์จลินทรีย์ชีวภาพ (อเอ็มบอล) ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๘.๕๗ - รายได้เดิม ๗,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๙,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๒,๐๐๐ บาท ๔. รายจ่ายลดลง ร้อยละ ๑๐ - รายจ่ายเดิม ๕,๐๐๐ บาท - รายจ่ายใหม่ ๔,๕๐๐ บาท - รายจ่ายลดลง ๕๐๐ บาท ๕. GVH = ๗๒.๖๓ ๖. SROI = ๑.๔๔	
๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านจั่ว อำเภอสสามโคก จังหวัดปทุมธานี	ตำบลบ้านจั่ว อำเภอสสามโคก / ๕ หมู่บ้าน	-ประชาชนในชุมชนขาดความรู้ในด้านการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน -ประชาชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้ - ขาดการประชาสัมพันธ์	- การรวมกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อทำกิจกรรมต่างๆเพื่อสร้างรายได้ ประกอบด้วยการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะการแสดงร่วมสมัย ชุด “การแสดงมอญของผู้หญิง” เพื่อประชาสัมพันธ์ชุมชน และการท่องเที่ยวชุมชน -กระเป๋าสานสำหรับใส่สไบมอญ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. สไบมอญพร้อมกระเป๋าสาน ๒. ชุดการแสดงมอญหญิง ๓. สื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชน ๔. ผลงานศิลปะการแสดงประจำชุมชน ๕. ทำนองเพลงประกอบการแสดง ๖. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ - รายได้เดิม ๕,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๖,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๐๐๐ บาท ๗. GVH = ๙๖.๘๔ ๘. SROI = ๑.๕๖	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	ตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี/ ๑๖ หมู่บ้าน	- ขาดการพัฒนาสินค้าชุมชนให้มีรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ - ประชาชนขาดการส่งเสริมการทำเกษตรแบบคนเมืองและการปลูกพืชตามมาตรฐานเกษตรปลอดภัย	การรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านองค์ความรู้เพื่อสร้างรายได้เกี่ยวกับ - การอบรมเทคนิคการปลูกผักไฮโดร เพื่อ - การอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์พริกแกง (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ผักไฮโดร ๒. พริกแกง ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๓.๓๓ - รายได้เดิม ๑๐,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๕,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๕,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๕๒.๐๖ ๕. SROI = ๑.๙๗	โครงการพัฒนา
๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	ตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี/ ๑๒ หมู่บ้าน	กลุ่มอาชีพกาะแมมมอญโบราณยังไม่มีความรู้ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย อีกทั้งยังขาดองค์ความรู้ด้านการตลาด รวมถึงการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย.	- การอบรมเตรียมความพร้อมเพื่อยื่นขอจดแจ้งเป็นสถานที่ผลิตกาะแมมมอญโบราณ - อบรมมาตรฐานความรู้สำหรับผู้ซื้อขึ้นจดทะเบียน อย. (กาะแมมมอญโบราณ) - การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ - การทำการตลาดออนไลน์ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ผลิตภัณฑ์กาะแมมมอญโบราณรสดั้งเดิมผสมมะพร้าว ๒. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๖.๐๗ - รายได้เดิม ๔๔,๕๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๖๕,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑๓,๕๐๐ บาท ๓. GVH = ๗๗.๕๑ ๔. SROI = ๑.๔๖	โครงการพัฒนา
๗. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๑๑ หมู่บ้าน	- ชุมชนขาดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าสินค้า ด้านการตลาดและช่องทางการจำหน่ายสินค้า	- การจัดอบรมเพื่อเพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับแปรรูปเห็ดนางฟ้าเป็น น้ำพริกเห็ดสามเกลอ - การทำยาต้มสมุนไพร (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. น้ำพริกเห็ดสามเกลอ ๒. ยาต้มสมุนไพร ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ - รายได้เดิม ๕,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๕,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๕๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๓.๒๘ ๕. SROI = ๓.๒๗	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลสวนพริกไทย อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี	ตำบลสวนพริกไทย อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี / จำนวน ๘ หมู่บ้าน	ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมีสูตรที่ไม่คงที่และยังมีระยะเวลาในการเก็บรักษาได้สั้น	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ช่วยยืดอายุการเก็บอาหาร / ใช้เทคนิคการกำจัดกลิ่นหืนของอาหารโดยใช้ความร้อน (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ข้าวตังข้าวหอมสวนพริกไทย ๒. พวงมโหตรสมุนไพรหอม ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๗.๒๒ - รายได้เดิม = ๙,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ = ๑๐,๕๕๐ บาท - รายได้ที่เพิ่มขึ้น = ๑,๕๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๔.๘๔ ๕. SROI = ๑.๒๙	โครงการพัฒนา
๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	ตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี/จำนวน ๗ หมู่บ้าน	ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมีคุณภาพที่ไม่คงที่และบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสะดวกต่อการใช้งาน (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ลูกประคบ ๒. น้ำมันนวดสมุนไพร ๓. เครื่องประดับต้นแบบ ๔. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๑ - รายได้เดิม ๙,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๐,๕๕๐ บาท - รายได้ที่เพิ่มขึ้น ๑,๕๕๐ บาท ๕. GVH = ๖๖.๒๖ ๖. SROI = ๑.๑๕	โครงการพัฒนา
๑๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี / จำนวน ๖ หมู่บ้าน	- คนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุหรือผู้ป่วยที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้มักมีปัญหาในเรื่องของการเคลื่อนไหว ในการนั่งทรงตัวเองไม่ได้หรือขยับร่างกายลำบาก หรือการนอนอยู่กับที่	- ออกแบบนวัตกรรมช่วยเหลือกลุ่มผู้ป่วยติดเตียงหรือผู้สูงอายุในการบรรเทาสาเหตุของการเกิดแผลกดทับโดยออกแบบหมอนให้ช่วยรองรับอวัยวะของผู้ป่วยที่มีความเสี่ยงในการเกิดแผลกดทับ - ผลิตภัณฑ์ชุดหมอนรองคอ/หมอนหนุนมีทั้งแบบทำสำเร็จและแบบ DIY	๑. ผลิตภัณฑ์ชุดหมอนรองคอ ๒. หมอนหนุนมีทั้งแบบทำสำเร็จและแบบ DIY ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๐๐ - รายได้เดิม ๒,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๐,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๘,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๓.๘๒	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		เป็นเวลานาน ส่งผลให้มีอาการ ปวดหลังหรือเกิดแผลกดทับ	(ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๕. SROI = ๔.๔๗	
๑๑. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล ระแหง อำเภอลาดหลุม แก้ว จังหวัดปทุมธานี	ตำบลระแหง อำเภอลาดหลุม แก้ว จังหวัดปทุมธานี/จำนวน ๑๒ หมู่บ้าน	- ชุมชนมีการรวมกลุ่มกันผลิต สบู่ก้อนแต่ยังขาดการพัฒนา บรรจุภัณฑ์ และการส่งเสริม การตลาด	- การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสบู่ก้อนให้ ทันสมัย สะดวกต่อการใช้ และสามารถ ดึงดูดลูกค้าทั้งในตลาดออนไลน์และ ออฟไลน์ รวมถึงพัฒนาให้เป็นชุดของที่ ระลึก (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. สบู่สับจากข้าวแบบก้อน ๒. แชมพูบาร์สูตรสกัดจากมะกรูด ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๑ -รายได้เดิม ๑๐,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๒,๑๐๐ บาท -รายได้เพิ่มขึ้น ๒,๑๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๓.๘๐ ๕. SROI = ๑.๑๔	โครงการพัฒนา
๑๒. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบลบึง กาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	ตำบลบึงกาสาม อำเภอหนอง เสือ จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๙ หมู่บ้าน	-ชุมชนขาดองค์ความรู้ด้านการ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตรายสินค้า และส่งเสริมการตลาด	- พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตรายสินค้าพริก แกงต่างๆให้ลูกค้าทั่วปทุมธานี รวมถึง ส่งเสริมทักษะด้านการตลาดเพื่อเพิ่ม ยอดขาย (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ผลิตภัณฑ์พริกแกง ๒. รายได้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๒ - รายได้เดิม ๖,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๖,๗๒๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๗๒๐ บาท - GVH = ๙๒.๖๖ - SROI = ๔.๔๑	โครงการพัฒนา
๑๓. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล ศาลาครุ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	ตำบลศาลาครุ อำเภอหนอง เสือ จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๑๐ หมู่บ้าน	พัฒนาต่อยอดและแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากเห็ดให้มีความ หลากหลายยิ่งขึ้น	การแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเห็ด (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ดอกเห็ดธัญพืช ๒. น้ำพริกจิ้มข้าวเกรียบเห็ด ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ รายได้เดิม ๕,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๕,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๕๐๐ บาท ๔. GVH = ๗๙.๐๒๕ ๕. SROI = ๑.๓	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
๑๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานรากตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	ตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๓ หมู่บ้าน	ชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้	การเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการเพิ่มมูลค่าจากการทำผ้ามัดย้อมเพื่อสร้างรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. พวงมาลัยลายผ้ามัดย้อม ๒. เสื้อยืดลายผ้ามัดย้อม ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ - รายได้เดิม ๑๐,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๑,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๔.๙๓ ๕. SROI = ๒.๐๑	โครงการพัฒนา
๑๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๘ หมู่บ้าน	ชุมชนขาดความรู้ทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาแคตเตีย และการนำวัตถุดิบที่เหลือจากการทำปลาแคตเตียมาสร้างมูลค่าให้เกิดรายได้	การให้ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาแคตเตียให้มีคุณภาพ และการนำวัตถุดิบเหลือมาทำน้ำหมักชีวภาพจากเศษปลา (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ปลาแคตเตีย ๒. น้ำหมักชีวภาพจากเศษปลา ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๖.๔๘ - รายได้เดิม ๑๐,๕๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๓,๒๘๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๒,๗๘๐ บาท ๔. GVH = ๗๗.๓ ๕. SROI = ๒.๐๐	โครงการพัฒนา
๑๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๕ หมู่บ้าน	คนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ไม่มีรายได้ และมีปัญหาด้านสุขภาพ	การจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมในการดูแลผู้สูงอายุ โดยการให้ความรู้การดูแลผู้สูงอายุให้แก่เยาวชน ลูกหลานในชุมชน เพื่อสามารถดูแลผู้สูงอายุเบื้องต้นได้ และส่งเสริมอาชีพการทำชุดดอกบัวประดิษฐ์ และของที่ระลึกให้แก่ผู้สูงอายุมีรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ชุดดอกบัวประดิษฐ์ ๒. ของที่ระลึกคือ พวงกุญแจ ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๓.๕ - รายได้เดิม ๘๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑,๑๕๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๓๕๐ บาท ๔. GVH = ๙๐.๐๔ ๕. SROI = ๑.๐๘	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๑๗. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล ท้ายเกาะ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	ตำบลท้ายเกาะ อำเภอสาม โคก จังหวัดปทุมธานี/จำนวน ๔ หมู่บ้าน	ชุมชนขาดองค์ความรู้ด้านการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม คือ รุ่ง กะทิ และเทียนลอยน้ำรักษ์ โลก ให้ความเป็นอัตลักษณ์ ของชุมชนท้ายเกาะ สามารถ ทำให้ชุมชนอื่นๆ หรือนัก ท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น	การเพิ่มศักยภาพให้กับชุมชนในด้านองค์ ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. รุ่งมะพร้าวกะทิสด ๒. เทียนลอยน้ำ ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๙.๒๑ - รายได้เดิม ๑๒,๗๕๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๖,๔๗๕ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๓,๗๒๕ บาท ๔. รายจ่ายที่ลดลง ร้อยละ ๑๑ - รายจ่ายเดิม ๑๐,๐๐๐ บาท - รายจ่ายใหม่ ๘,๙๐๐ บาท - รายจ่ายลดลง ๑,๑๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๙.๗๖ ๖. SROI = ๑.๓๔	โครงการพัฒนา
๑๘. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล คลองเจ็ด อำเภอลอง หลวง จังหวัดปทุมธานี	ตำบลคลองเจ็ด อำเภอลอง หลวง จังหวัดปทุมธานี / จำนวน ๙ หมู่บ้าน	ในพื้นที่ชุมชนมีการปลูกพืช สมุนไพรและผักสวนครัว ปลอดภัยเพื่อลดรายจ่าย และ ต้องการนำสมุนไพรที่มีการ ปลูกในชุมชนมาแปรรูปเพื่อ สร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งชุมชนขาด องค์ความรู้ในการแปรรูป สมุนไพร	การจัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ในการแปรรูป เป็นชาสมุนไพรโดยใช้ส่วนผสมจากดอกไม้ และกลั่นจากสมุนไพรต่างๆ เช่น อัญชัน ตะไคร้ ใบมะกรูด ชิงกระเจียบ กุหลาบ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ชาสมุนไพร ๒. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๓ - รายได้เดิม ๒,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๒,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๕๐๐ บาท ๓. GVH = ๙๗.๑๘ ๔. SROI = ๒.๐๖	โครงการพัฒนา
๑๙. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบลบึง ชำอ้อ อำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	ตำบลบึงชำอ้อ อำเภอนอง เสือ จังหวัดปทุมธานี /จำนวน ๑๒ หมู่บ้าน	การพัฒนาต่อยอดและแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากปลาแดดเดียว สามารถเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้ความ หลากหลายมากขึ้น	การให้ความรู้เรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์แหนม ปลาและการยืดอายุผลิตภัณฑ์ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. แหนมปลา ๒. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๐ - รายได้เดิม ๓,๓๒๖ บาท - รายได้ใหม่ ๔,๘๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๔๗๔ บาท ๓. GVH = ๙๖.๖๑	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
				๔. SROI = ๔.๗๙	
๒๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบางชะแยง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	ตำบลบางชะแยง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี / จำนวน ๔ หมู่บ้าน	การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ผ้าผัดย้อมให้มีความหลากหลาย มีรูปแบบที่ทันสมัย มีความเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ	การให้ความรู้เรื่องการย้อมผ้าด้วยเทคนิค Eco-print (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ผ้าคลุมไหล่ Eco-Print ๒. กระเป๋า Eco-Print ๓. หมวก Eco-Print ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐๐ - รายได้เดิม ๓๓,๑๓๖ บาท - รายได้ใหม่ ๑๓๑,๗๒๕ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๙๘,๕๘๙ ๕. GVH = ๙๐.๓๗ ๖. SROI = ๑.๓๓	โครงการพัฒนา
๒๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบางเดื่อ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	ตำบลบางเดื่อ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี/จำนวน ๗ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ในชุมชนและประชาชนในชุมชนต้องการสร้างรายได้	การให้ความรู้ในการทำคุกกี้เพื่อสุขภาพและสร้างรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. คุกกี้ลิงคโปรไว้แบ่ง ๒. คุกกี้ธัญพืชไว้แบ่ง ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๒.๘๖ - รายได้เดิม ๔,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๗,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๓,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๖.๖๒ ๕. SROI = ๑.๓๖	โครงการพัฒนา
๒๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองพระอุดม อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	ตำบลคลองพระอุดม อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๗หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าสานในชุมชนให้มีความทันสมัยและแข็งแรงเพื่อสร้างรายได้	การเพิ่มศักยภาพองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าสานเพื่อสร้างรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. กระเป๋าแบบมีฝาปิด ๒. ตะกร้าหวาย ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๒.๘๖ - รายได้เดิม ๔,๐๐๐ บาท/เดือน - รายได้ใหม่ ๗,๐๐๐ บาท/เดือน - รายได้เพิ่มขึ้น ๓,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๑๐๐ ๕. SROI = ๑.๓๖	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๒๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	ตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี / จำนวน ๕ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม คือ กระจ่ำสานจากซอกกาแพให้มีรูปแบบที่ทันสมัย และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าปารำมอญ	การให้ความรู้ด้านการออกแบบรูปทรงผลิตภัณฑ์กระจ่ำสานจากวัสดุเหลือทิ้ง และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปารำมอญ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. กระจ่ำสานจากวัสดุเหลือทิ้ง ๒. น้ำปารำมอญ ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๕ - รายได้เดิม ๖,๕๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๙,๖๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๓,๑๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๕.๖๐ ๕. SROI = ๑.๔๗	โครงการพัฒนา
๒๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี (พื้นที่ใหม่)	ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี/ จำนวน ๗ หมู่บ้าน	จากการวิเคราะห์ศักยภาพตำบลและความต้องการของชุมชนซึ่งมีทักษะในการสานกระจ่ำ ตะกร้า แต่รูปแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่มีคุณภาพทันสมัย และมีกลุ่มอาชีพทำไข่เค็ม ที่มีความต้องการในการสร้างมูลค่าเพิ่ม	การให้ความรู้การทำน้ำพริกไข่เค็ม การพัฒนาเครื่องจักสานจากใยพลาสติกและการพัฒนาตราสินค้า (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. น้ำพริกไข่เค็ม ๒. เครื่องจักสานจากเส้นใยพลาสติก ๓. รายจ่ายลดลง ร้อยละ ๔๒.๒๒ - รายจ่ายเดิม ๙,๐๐๐ บาท - รายจ่ายใหม่ ๕,๒๐๐ บาท - รายจ่ายลดลง ๓,๘๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๒.๒๙ ๕. SROI = ๔.๙๐	โครงการพัฒนา
๒๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี (พื้นที่ใหม่)	ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี / จำนวน ๒๒ หมู่บ้าน	จากการวิเคราะห์ศักยภาพตำบลและความต้องการของชุมชนให้มีการพัฒนาและเสริมทักษะด้านอาชีพ การทำสปันจ์เค้ก และคุกกี้ ให้กับประชาชนครู และนักเรียน ในพื้นที่บึงทองหลาง เพื่อสร้างรายได้และการมีกิจกรรมกลุ่มของเด็ก	การเพิ่มศักยภาพความรู้ในการทำสปันจ์เค้ก และคุกกี้ ให้กับประชาชน ครู และนักเรียน โรงเรียนวัดทศทิศ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. สปันจ์เค้ก ๒. คุกกี้ ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๕.๘๙ - รายได้เดิม ๘,๓๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๑,๒๐๐ บาท เดือน - รายได้ที่เพิ่มขึ้น ๒,๙๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๔.๔๘	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		นักเรียน ครู และผู้ปกครอง โรงเรียนวัดทศทิศร่วมกัน		๕. SROI = ๖.๓๒	
พื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (๑๖ โครงการ)					
๑. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล กกแก้วบุรพา อำเภอบาง ไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	ตำบลกกแก้วบุรพา อำเภอบาง ไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา/จำนวน ๖ หมู่บ้าน	การพัฒนาสมุนไพรในท้องถิ่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ และการลดขยะอินทรีย์ต้นทาง	การให้ความรู้เรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมัน สมุนไพรผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ และ การอบรมการทำน้ำหมักชีวภาพ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. น้ำหมักชีวภาพ ๒. น้ำมันสมุนไพรผลิตภัณฑ์ ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๒.๒๒ - รายได้เดิม ๙,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๑,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๒,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๗.๕๐ ๕. SROI = ๑.๓๙	โครงการพัฒนา/
๒. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล กระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ จำนวน ๕ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอด ผลิตภัณฑ์ในชุมชนและ ประชาชนในชุมชนต้องการ สร้างรายได้	การอบรมให้ความรู้การผลิตน้ำพริกจาก สมุนไพร น้ำพริกหนักรูปทรงสมุนไพร และเทคนิคการยืดอายุผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตรา สินค้า (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. น้ำพริกจากสมุนไพร ๒. น้ำพริกหนักรูปทรงสมุนไพร ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๕.๒๐ - รายได้เดิม ๒,๕๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๓,๓๘๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๘๘๐ บาท ๔. GVH = ๘๔.๐๑ ๕. SROI = ๔.๒๓	โครงการพัฒนา/
๓. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล ช้างใหญ่ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลช้างใหญ่ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ จำนวน ๔ หมู่บ้าน	พัฒนาต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ เดิมของชุมชนให้มีความ หลากหลายและการปรับปรุง เครื่องบด เครื่องกวน และเตา ให้ความร้อน เพื่อให้การทำ น้ำพริกมีคุณภาพมากขึ้น	การพัฒนาสูตรปลาช่อนทอดกรอบ สมุนไพร ตราบ้านช้าง และการพัฒนาบรรจุ ภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการ ปรับปรุงเครื่องบด เครื่องกวน และเตาให้ ความร้อน	๑. น้ำพริกเห็ด ๒. น้ำพริกปลาช่อนทอดกรอบ ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๓.๓๓ - รายได้เดิม ๑๒,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๖,๐๐๐ บาท	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
			(ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	- รายได้ที่เพิ่มขึ้น ๔,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๑.๗๕ ๕. SROI = ๓.๓๙	
๔. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล บางพลี อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลบางพลี อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ จำนวน	การพัฒนาและต่อยอด ผลิตภัณฑ์ในชุมชนและ ประชาชนในชุมชนต้องการ สร้างรายได้	การอบรมให้ความรู้การผลิตแครกเกอร์ ธัญพืชและแครกเกอร์ไส้มะพร้าวหวาน (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ไส้มะพร้าวหวาน ๒. แครกเกอร์ธัญพืช ๓. แครกเกอร์ ๔. ธัญพืชไส้มะพร้าวหวาน ๕. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๓.๒๒ - รายได้เดิม ๙,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๐,๑๙๐ บาท - รายได้ที่เพิ่มขึ้น ๑,๑๙๐ บาท ๖. GVH = ๘๕.๓๒ ๗. SROI = ๒.๘๙	โครงการพัฒนา
๕. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล บางไทรอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลบางไทร อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๑๐ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอด ผลิตภัณฑ์เดิมให้มีรูปแบบที่ ทันสมัยและสร้างรายได้	การอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาหม่องกลิ้ง ลาเวนเดอร์และกลิ้งมะลิ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ยาหม่องบ้านบางไทร ๒. น้ำมันหอมระเหยกลิ้งมะลิ ๓. น้ำยาซักผ้า ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๐.๐๔๗ - รายได้เดิม ๔๕,๐๐๐ บาท/ เดือน - รายได้ใหม่ ๔๕,๐๒๑ บาท/ เดือน - รายได้เพิ่มขึ้น ๒๑ บาท - GVH = ๘๘.๖๑ - SROI = ๑	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๖. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล บ้านกึ่ง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลบ้านกึ่ง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๙หมู่บ้าน	ชุมชนมีวัสดุจากเศษผ้าที่เหลือ ทิ้งจำนวนมาก ต้องการนำมา เพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้	การให้ความรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก วัสดุเศษผ้าเหลือทิ้งเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ที่คัดผมจากเศษผ้า ๒. ยางมัดผมจากเศษผ้า ๓. กิ๊พติดผมจากเศษผ้า ๔. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๓.๓๓ - รายได้เดิม ๑๒,๐๐๐ บาท/ เดือน - รายได้ใหม่ ๑๖,๐๐๐ บาท/ เดือน - รายได้เพิ่มขึ้น ๔,๐๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๕.๓๗ ๖. SROI = ๑.๓๑	โครงการพัฒนา
๗. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล บ้านแก่งอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลบ้านแก่ง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๓ หมู่บ้าน	พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของ ชุมชนและสร้างรายได้	การอบรมให้ความรู้ด้านการออกแบบการ ตกแต่งผลิตภัณฑ์พวงกุญแจนกัษัตริ์เรือ พื้นบ้านไทยและเรือพื้นบ้านไทยมีแม่เหล็ก สำหรับติดตู้เย็น (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. พวงกุญแจนกัษัตริ์เรือพื้นบ้าน ไทย ๒. เรือพื้นบ้านไทยมีแม่เหล็ก สำหรับติดตู้เย็น ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ - รายได้เดิม ๑,๕๐๐ บาท/เดือน - รายได้ใหม่ ๑,๗๕๐ บาท/เดือน - รายได้เพิ่มขึ้น ๒๕๐ บาท ๔. GVH = ๘๐.๑๙ ๕. SROI = ๑.๑๔๘	โครงการพัฒนา
๘. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล เชียงรากน้อย อำเภอบาง	ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอ บางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๔ หมู่บ้าน	การพัฒนาทักษะและขยายผล การทำวัสดุบำรุงดินอัดเม็ด และขาดองค์ความรู้ในการยืด อายุอาหาร	การอบรมเพิ่มทักษะและขยายผลการทำ วัสดุบำรุงดินอัดเม็ด และการพัฒนาสูตร และกรรมวิธีการผลิตขนมไทย “เม็ดขนุน” รวมถึงวิธีการยืดอายุ	๑. วัสดุบำรุงดินอัดเม็ด ๒. ขนมไทย “เม็ดขนุน” ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๐ - รายได้เดิม ๘,๐๐๐ บาท/เดือน	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
ไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา			(ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	- รายได้ใหม่ ๑๙,๒๐๐ บาท/ เดือน - รายได้เพิ่มขึ้น ๑๑,๒๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๕.๓๗ ๕. SROI = ๓.๗๑	
๙. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล บ้านม้า อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลบ้านม้า อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา/ จำนวน ๘ หมู่บ้าน	พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มี ความหลากหลายและสามารถ สร้างรายได้	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการนำสมุนไพรที่มี ในชุมชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สเปรย์ไล่ ยุงและถุงหอมดับกลิ่น (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. สเปรย์ไล่ยุงกลิ่นตะไคร้ ๒. ถุงหอมดับกลิ่น ๓. รายจ่ายลดลง ร้อยละ ๕๐ - รายจ่ายเดิม ๑๐๐ บาท - รายจ่ายใหม่ ๕๐ บาท - รายจ่ายลดลง ๕๐ บาท - GVH = ๘๑.๑๖ - SROI = ๐.๑๘	โครงการพัฒนา
๑๐. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบลไผ่ พระ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลไผ่พระ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๗ หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นไผ่ ที่มีจำนวนมากในชุมชนนำมา ถนอมอาหารเป็นหน่อไม้ดอง และนำไปเลือกหน่อไม้ที่เหลือ ทิ้งไปทำน้ำหมักและนำวัสดุที่เหลือ จากการทำพริกแกงเกิด เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆที่สร้าง รายได้	การอบรมให้ความรู้การทำหน่อไม้ดองและ ก้านไม้หอมโรม่าปรับอากาศ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. หน่อไม้ดองสีทอง ๒. ก้านไม้หอมโรม่าปรับอากาศ สีทอง ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๕ - รายได้เดิม ๒๐,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๒๗,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๗,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๗๗.๐๙ ๕. SROI = ๔.๔๗	โครงการพัฒนา
๑๑. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล	ตำบลบางยี่โท อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๘ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอด ผลิตภัณฑ์เดิมให้มีรูปแบบที่ ทันสมัยและสร้างรายได้	การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระยาสารทเป็น Snack Bar และ การอบรมให้ความรู้ใน การทำดอกไม้ประดิษฐ์จากดอกโสน (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ดอกไม้ประดิษฐ์จากโสน ๒. สูตรกระยาสารท เป็น Snack Bar ๓. รายได้ที่เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ - รายได้เดิม ๑,๖๕๐ บาท	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
บางยี่โท อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา				- รายได้ใหม่ ๑,๘๕๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑๕๐ บาท ๔. GVH = ๘๔.๗๔ ๕. SROI = ๑.๐๑๙๘	
๑๒. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล โคกช้าง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลโคกช้าง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๗หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอด ผลิตภัณฑ์เดิมให้มีรูปแบบที่ ทันสมัยและสร้างรายได้	การอบรมให้ความรู้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์พืชมัสมน้ำและยาตมสมุนไพรร เพื่อรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. พืชมัสมน้ำ ๒. ยาตมสมุนไพรร ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๐ - รายได้เดิม ๒,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๒,๖๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๖๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๒.๔๒ ๕. SROI = ๑.๕๔	โครงการพัฒนา
๑๓. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล แคต อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลแคต อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๕หมู่บ้าน	การพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากเนื้อสัตว์เพื่อสร้างอาชีพ และรายได้	การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์เป็นน้ำ พริกอกไกศิโตและน้ำพริกกากหมูคิโตเพื่อ สุขภาพ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. น้ำพริกอกไกศิโต ๒. น้ำพริกกากหมูคิโต ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๗๖.๙๒ - รายได้เดิม ๓,๙๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๖,๙๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๓,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๓.๑๖ ๕. SROI = ๑.๖๑	โครงการพัฒนา
๑๔. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล แคต อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลแคต อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๔ หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง อาชีพและรายได้	การอบรมให้ความรู้การทำถั่วทอด สมุนไพรรสร้างอาชีพ และวัสดุปลูก (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ถั่วทอดสมุนไพรร ๒. วัสดุปลูก ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ ๔. GVH = ๘๐ ๕. SROI = ๑	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๑๕. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล ช้างน้อย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลช้างน้อย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา / จำนวน ๗ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอดจาก กิจกรรมทำสวนบำบัดให้แก่ เด็กพิเศษให้มีการใช้พื้นที่ใน การเลี้ยงไก่แบบครบวงจร เพื่อสร้างรายได้	การอบรมการทำกิจกรรมธรรมชาติวิถีการ เลี้ยงไก่แบบครบวงจรและการอบรม การสานชะลอมและออกแบบตราสินค้า (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ไข่ช้างน้อยในชะลอม ๒ รูปแบบ ๒. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๙๑ - รายได้เดิม ๗๒๐ บาท - รายได้ใหม่ ๘,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๗,๒๘๐ บาท ๓. GVH = ๘๕.๔๐ ๔. SROI = ๑.๓๔	โครงการพัฒนา
๑๖. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล บ้านเกาะ อำเภอบาง ไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	ตำบลบ้านเกาะ อำเภอบาง ไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา/ จำนวน ๖ หมู่บ้าน	การพัฒนาและแปรรูปสมุนไพร พื้นบ้านในชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างรายได้	การอบรมการทำสบู่และแชมพูสมุนไพร เพื่อสร้างรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. สบู่สมุนไพร ๒. แชมพูสมุนไพร ๓. รายจ่ายลดลง ร้อยละ ๔ - รายจ่ายเดิม ๒,๕๐๐ บาท - รายจ่ายใหม่ ๒,๔๐๐ บาท - รายจ่ายลดลง ๑๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๙.๕๐ ๕. SROI = ๑.๘๗	โครงการพัฒนา
พื้นที่จังหวัดสระแก้ว (๓๒ โครงการ)					
๑. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล โคกลาน อำเภอดาพระยา จังหวัดสระแก้ว	ตำบลโคกลาน อำเภอดาพระ ยา จังหวัดสระแก้ว /จำนวน ๖ หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อ ยอดเพื่อสร้างอาชีพและรายได้	การอบรมเพิ่มทักษะการทำข้าวเกรียบจาก ผักปลอดสารและอบรมให้ความรู้การเลี้ยง ไส้เดือน (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ข้าวเกรียบผักเคล ๒. ข้าวเกรียบผักรวม ๓. วัสดุปลูกจากมูลไส้เดือน ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๐๐ - รายได้เดิม ๓๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๔๐๐ บาท - รายได้ที่เพิ่มขึ้น ๑๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๑.๑๖ ๖. SROI = ๒.๗๔	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๒. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล ทัพราช อำเภอดาพระยา จังหวัดสระแก้ว	ตำบลทัพราช อำเภอดาพระ ยา จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๗ หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่ ยอดเพื่อสร้างอาชีพและรายได้	การพัฒนาสูตรเครื่องปรุงบะหมี่และแปรร รูปเส้นบะหมี่จากผักสลัดและฟักทอง และ อบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. บะหมี่ผักสลัด ๒. บะหมี่ฟักทอง (รสต้มโคล้งและรสหมูสับ) ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐ - รายได้เดิม ๒๐,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๒๔,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๔,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๓.๗๙ ๕. SROI = ๑.๑๐	โครงการพัฒนา
๓. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล ทัพไทย อำเภอดาพระยา จังหวัดสระแก้ว	ตำบลทัพไทย อำเภอดาพระ ยา จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๒ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอด ผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อสร้างรายได้	การอบรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมันไพล และลูกประคบสมุนไพรกระตุกไก่ดำ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. น้ำมันไพล ๒. ลูกประคบสมุนไพรกระ ตุกไก่ดำ ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ - รายได้เดิม ๑๐,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๑,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๕.๕๗ ๕. SROI = ๓.๐๙	โครงการพัฒนา
๔. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล ชัยมงคลอำเภอดาพระ จังหวัดสระแก้ว	ตำบลชัยมงคลอำเภอดาพระ จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๑หมู่บ้าน	ชุมชนมีการเลี้ยงกบ และ ต้องการพัฒนาแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากกบเพื่อสร้าง รายได้	อบรมเพื่อเพิ่มทักษะการเลี้ยงกบให้ได้ มาตรฐาน และการแปรรูปเป็นกบแดด เดียวสมุนไพรและน้ำพริกกบสมุนไพร (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. กบแดดเดียวสมุนไพร ๒. น้ำพริกกบสมุนไพร ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๖๐ - รายได้เดิม ๒,๔๙๖ บาท - รายได้ใหม่ ๙,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๖,๕๐๔ บาท ๔. GVH = ๙๓.๐๗ ๕. SROI = ๑.๖๘	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๕. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล เบญจขร อำเภอลองหาด จังหวัดสระแก้ว	ตำบลเบญจขร อำเภอลอง หาด จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๐ หมู่บ้าน	พัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอด ผลิตภัณฑ์มันม่วงให้มีความ หลากหลายเพื่อสร้างรายได้	อบรมการแปรรูปขนมมันหนึบและ กะหรี่ปั๊บนมม่วง (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ขนมมันหนึบ ๒. ขนมกะหรี่ปั๊บนมม่วง ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๕ - รายได้เดิม ๘,๐๐๐ บาท/เดือน - รายได้ใหม่ ๑๐,๐๐๐ บาท/ เดือน - รายได้เพิ่มขึ้น ๒,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๗.๗๘ ๕. SROI = ๑.๕๐	โครงการพัฒนา
๖. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล บ้านแก้ง อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว	ตำบลบ้านแก้ง อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๖ หมู่บ้าน	พัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายผล เตาเผาถ่านประสิทธิภาพสูง และยกระดับน้ำส้มควันไม้ บริสุทธิ์ด้วยพลังงานความร้อน จากเตาประสิทธิภาพสูง	อบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมทักษะ ผลิตภัณฑ์ถ่านดูดซับกลิ่นคุณภาพสูงและ ยกระดับน้ำส้มควันไม้บริสุทธิ์ด้วยพลังงาน ความร้อนจากเตาประสิทธิภาพสูง (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ถ่านดูดซับกลิ่น ๒. น้ำส้มควันไม้ ๓. หมวกไม้ไฟ ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๔.๒๘ - รายได้เดิม ๗,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๘,๗๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๗๐๐ บาท ๕. GVH = ๙๒.๐ ๖. SROI = ๔.๒๓	โครงการพัฒนา
๗. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบลท่า ข้าม อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	ตำบลท่าข้าม อำเภออรัญ ประเทศ จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๑ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอดการ เลี้ยงไส้เดือนเพื่อสร้างรายได้	อบรมแนวทางการแก้ปัญหาการเลี้ยง ไส้เดือนและต่อยอดผลิตภัณฑ์มูลไส้เดือน อัดเม็ด และอบรมการผลิตสารชีวภาพ (น้ำหมักบำรุงพืชและหมักสมุนไพรไล่ แมลง) รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับ กระบวนการผลิตผักปลอดภัย (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. มูลไส้เดือนอัดเม็ด ๒. น้ำหมักบำรุงพืช ๓. น้ำหมักสมุนไพรไล่แมลง ๔. ผักปลอดภัย ๕ ชนิด ๕. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๑.๔๒ - รายได้เดิม ๒,๘๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๓,๔๐๐ บาท	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
				- รายได้เพิ่มขึ้น ๖๐๐ บาท ๖. GVH = ๗๗.๐๕ ๗. SROI = ๓.๔๑	
๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านใหม่หนองไทร อำเภอร้อยพระ จังหวัดสระแก้ว	ตำบลบ้านใหม่หนองไทร อำเภอร้อยพระ จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๘ หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับน้ำส้มควันไม้	อบรมเทคนิคการกลั่นน้ำส้มควันไม้กลั่นบริสุทธิ์ และการผลิตน้ำส้มควันไม้ผสมสมุนไพรสำหรับสัตว์เลี้ยง (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. น้ำส้มควันไม้ผสมสมุนไพรสำหรับสัตว์เลี้ยง ๒. น้ำส้มควันไม้กลั่นบริสุทธิ์ ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕๐ - รายได้เดิม ๕,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๗,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๒,๕๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๐.๔๑ ๕. SROI = ๒.๗๑	โครงการพัฒนา
๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเขาฉกรรจ์ อำเภอลำลูกขัน จังหวัดสระแก้ว	ตำบลเขาฉกรรจ์ อำเภอลำลูกขัน จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๑ หมู่บ้าน	การพัฒนาคุณภาพลายผ้าให้มีเอกลักษณ์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์โกโก้แมส	อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาคุณภาพลายผ้าให้มีเอกลักษณ์เขาฉกรรจ์ (ลายค้างคาว) และพัฒนาผลิตภัณฑ์โกโก้แมสสู่การบริโภคเพื่อสุขภาพ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ผ้าทอลายค้างคาว ๒. โกโก้แมส ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๐.๒๓ - รายได้เดิม ๑๖๙,๐๐๐ บาท/เดือน - รายได้ใหม่ ๒๓๗,๐๐๐ บาท/เดือน - รายได้เพิ่มขึ้น ๖๘,๐๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๖.๑๑ ๕. SROI = ๒.๒๐	โครงการพัฒนา
๑๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลวัง	ตำบลวังใหม่ อำเภอลำลูกขัน จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๔ หมู่บ้าน	การพัฒนาและแปรรูปสมุนไพรเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้	การส่งเสริมการแปรรูปสมุนไพรเป็นลูกอมสมุนไพรชงน้ำผึ้งมะนาว ลูกอมสมุนไพรมะขามน้ำผึ้ง และอบรมการทำถั่วทอดสมุนไพรเพื่อสร้างรายได้	๑. ลูกอมสมุนไพรของน้ำผึ้งมะนาว ๒. ลูกอมสมุนไพรมะขามน้ำผึ้ง ๓. ถั่วทอดสมุนไพร	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
ใหม่ อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว			(ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ - รายได้เดิม ๒๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๒๒๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๒๐ บาท ๕. GVH = ๘๘.๓๓ ๖. SROI = ๑.๑	
๑๑. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล สระแก้ว อำเภอมือง สระแก้ว	ตำบลสระแก้ว อำเภอมือง สระแก้ว/จำนวน ๑๒ หมู่บ้าน	การพัฒนาสูตรและต่อยอด ผลิตภัณฑ์เดิมเป็นของชำร่วย เพื่อสร้างรายได้	การอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาหม่อง พืชมเส่นน้ำ (สูตรใหม่) และจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ยาหม่อง ๒. พืชมเส่นน้ำ ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐๐ - รายได้เดิม ๙๓,๖๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๙๖,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๒,๔๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๗.๕๖ ๕. SROI = ๐.๔๗	โครงการพัฒนา
๑๒. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบลท่า เกษม อำเภอมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว	ตำบลท่าเกษม อำเภอมือง สระแก้ว จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๓ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอด กิจกรรม “เกษตรกรนักรูจัก” ให้นักเรียนโรงเรียนบ้านทุ่ง พระ	การอบรมสร้างองค์ความรู้การปลูกผัก อินทรีย์ (โรวเรือนต้นแบบ การปรุงดิน การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การคิดต้นทุน)และ การพัฒนารูปแบบการจัดจำหน่าย (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ผักสลัด ๒. ชุดอาหาร ๓. ชุดผักแถมเนื่องสุขภาพ ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๖.๖๗ - รายได้เดิม ๓,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๓,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๕๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๙.๑๓ ๖. SROI = ๑.๐๕	โครงการพัฒนา
๑๓. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล	ตำบลหันทราย อำเภอรัญ ประเทศ จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๗ หมู่บ้าน	การพัฒนาและแปรรูป ผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิที่ปลูก ในชุมชนเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ และนำเศษผ้าฝ้ายทอมือที่	การแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิเป็น สบู่ก้อน ครีมอาบน้ำ และแชมพู รวมทั้ง การนำเศษผ้าฝ้ายทอมือที่เหลือทิ้งมา ออกแบบเป็นกระเป๋าสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์	๑. สบู่ก้อนข้าวหอม ๒. สบู่เหลวข้าวหอม ๓. แชมพูข้าวหอม ๔. บรรจุภัณฑ์ใส่สบู่จากเศษผ้า	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
ทันทราย อำเภอรัญ ประเทศ จังหวัดสระแก้ว		เหลือทิ้งมาเย็บเป็นกระเป๋ เพื่อเพิ่มมูลค่า	สบู่ก้อน ครีมอาบน้ำ และแชมพูเพื่อ จำหน่ายเป็นชุดผลิตภัณฑ์จากข้าวหอม มะลิ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๕. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๖๖ - รายได้เดิม ๘,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๒,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๔,๐๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๗.๐๒ ๖. SROI = ๔.๔๐	
๑๔. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล หลังใน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว	ตำบลตาหลังใน อำเภอวังน้ำ เย็น จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๐ หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อ ยอดสมุนไพรในชุมชนและแปรร ูปผักเป็นขนมผักม้วนกรอบ	อบรมเชิงปฏิบัติการทำยาต้มสมุนไพรและ พัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมผักม้วนกรอบ(รส ผักทอง มันเทศ และผักชี) (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ยาต้มสมุนไพร ๒. ขนมผักม้วนกรอบ (รสผักทอง มันเทศ และผักชี) ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๐ - รายได้เดิม ๓,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๔,๒๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๒๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๖.๒๓ ๕. SROI = ๑.๓๙	โครงการพัฒนา
๑๕. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล พระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว	ตำบลตาพระยา อำเภอตา พระยา จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๗ หมู่บ้าน	พัฒนาและแปรรูปกล้วยสุ งผลิตภัณฑ์สี่เขียวและมาตรฐาน ชุมชน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ กล้วย หนึบสู่ผลิตภัณฑ์สี่เขียวด้วยการประเมิ นคาร์บอนฟุตพริ้นท์ และมาตรฐานชุมชน (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. กล้วยฉาบ ๒. กล้วยหนึบ ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ๔๔.๕๙ - รายได้เดิม ๒,๘๖๘ บาท - รายได้ใหม่ ๔,๑๔๗ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๒๗๙ บาท ๔. GVH = ๖๙.๓๘ ๕. SROI = ๑.๐๙	โครงการพัฒนา
๑๖. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล	ตำบลหนองแวง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๖ หมู่บ้าน	ชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพเลี้ยงวัว ทำให้มีมูลวัวในปริมาณที่มาก หากนำมาเพิ่มมูลค่าและ	การสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรใน ท้องถิ่นโดยการอบรม การทำมูลสัตว์เพื่อ การเลี้ยงไส้เดือน	๑.มูลสัตว์เพื่อการเลี้ยงไส้เดือน ๒.รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ๑๒.๕๐ - รายได้เดิม ๒,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๒,๒๕๐ บาท	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
หนองแขวง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว		นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์จะ ช่วยลดรายจ่ายในครัวเรือนได้	(ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	- รายได้เพิ่มขึ้น ๒๕๐ บาท ๓. GVH = ๘๖.๑๑ ๔. SROI = ๑.๓๖	
๑๗. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลบ้านด่าน อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	ตำบลบ้านด่าน อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๔ หมู่บ้าน	ชุมชนมีอาชีพทำการเกษตรเป็นหลักและต้องการมีรายได้เพิ่มจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางเกษตรให้ได้มาตรฐาน	การส่งเสริมการปลูกพริกและเตรียมความพร้อมเพื่อขอรับรองแปลงเกษตรมุ่งสู่มาตรฐานเกษตรปลอดภัย (GAP) และอบรมการผลิตน้ำจุลินทรีย์สังเคราะห์แสง การผลิตสารชีวภาพจากพริกตกเกรด และผลิตอาหารเสริมอัดเม็ดบำรุงดิน (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. จุลินทรีย์สังเคราะห์แสง ๒. น้ำสกัดชีวภาพจากพริกตกเกรด ๓. อาหารเสริมอัดเม็ดบำรุงดิน ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๘๓.๓๓ - รายได้เดิม ๓,๐๐๐ บาท/เดือน - รายได้ใหม่ ๕,๕๐๐ บาท/เดือน - รายได้เพิ่มขึ้น ๒,๕๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๓.๒๑ ๖. SROI = ๑.๑๔	โครงการพัฒนา
๑๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลทัพเสด็จ อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว	ตำบลทัพเสด็จ อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๒ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอดการเลี้ยงไหมอีรี่รูปแบบใหม่และส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเห็ดเหี่ยวไผ่เพื่อสร้างรายได้	การอบรมการเลี้ยงไหมอีรี่รูปแบบใหม่และส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเห็ดเหี่ยวไผ่เพื่อสร้างรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. วัสดุปลูกจากมูลไหมอีรี่ ๒. เห็ดเหี่ยวไผ่ ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕๕ - รายได้เดิม ๒,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๓,๑๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๑๐๐ บาท ๔. GVH = ๙๕.๐๒ ๕. SROI = ๔.๖๕	โครงการพัฒนา
๑๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลโนนหมากมุ่น อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว	ตำบลโนนหมากมุ่น อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๖ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์จากเห็ดนางฟ้าเป็นข้าวเกรียบและเพาะเห็ดหอมโดยใช้วัสดุจากฟางข้าว	การแปรรูปเห็ดนางฟ้าเป็นข้าวเกรียบเห็ดและน้ำพริกจิ้มข้าวเกรียบ รวมทั้งส่งเสริมให้มีการนำวัสดุจากฟางข้าวมาเพาะเห็ดหอมเพื่อสร้างรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ข้าวเกรียบเห็ดนางฟ้า ๒. ข้าวเกรียบเห็ดหอม ๓. น้ำพริกจิ้มข้าวเกรียบ ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๓.๐๗ - รายได้เดิม ๑,๓๐๐ บาท	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
				- รายได้ใหม่ ๑,๖๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๓๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๕.๕๗ ๖. SROI = ๑.๐๑	
๒๐. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล พระเพลิง อำเภอเขา ฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว	ตำบลพระเพลิง อำเภอเขา ฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๙ หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อ ยอดเสื่อกกที่ทอโดยชุมชนเป็น ปลอกหมอนลายเสือและนำ สมุนไพรพื้นบ้านมาพัฒนาเป็น แผ่นสมุนไพรประคบเย็น	อบรมการทำปลอกหมอนลายเสือและการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ทำแผ่นสมุนไพรประคบ เย็น (แผ่นเย็นประคบตา) (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ปลอกหมอนลายเสือ ๒. แผ่นสมุนไพรประคบเย็น ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๖ - รายได้เดิม ๒,๔๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๗,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๔,๖๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๘.๘๗ ๕. SROI = ๑.๐๑	โครงการพัฒนา
๒๑. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล หนองม่วง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว	ตำบลหนองม่วง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๔ หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในท้องถิ่นมาสกัดเป็นน้ำมัน หอมระเหยและและต่อยอด เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆเพื่อสร้าง รายได้	อบรมการสกัดน้ำมันหอมระเหยสมุนไพร และการทำสเปรย์สมุนไพรโลยุง การทำ สมุนไพรเทียนหอมด้วยวิธีธรรมชาติแบบ ปลอดสารพิษ และแผ่นแปะกันยุง (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. น้ำมันหอมระเหยสมุนไพร ๒. เทียนหอมสมุนไพร ๓. แผ่นแปะกันยุง ๔. สเปรย์โลยุง ๕. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๐.๖๕ - รายได้เดิม ๒๔,๘๘๔ บาท - รายได้ใหม่ ๓๕,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑๐,๑๑๖ บาท ๖. GVH = ๗๕.๑๔ ๗. SROI = ๑.๐๕	โครงการพัฒนา
๒๒. โครงการยกระดับ พัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ให้กับคน ในชุมชนฐานราก ตำบล	ตำบลโคกสูง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว /จำนวน ๑๑ หมู่บ้าน	ชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพเลี้ยงวัว ทำให้มีมูลวัวในปริมาณที่มาก หากนำมาเพิ่มมูลค่าและ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์จะ ช่วยลดรายจ่ายในครัวเรือนได้	การสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรใน ท้องถิ่นโดยการอบรม การทำวัสดุปลูก ต้นไม้ให้ได้คุณภาพมาตรฐานมูลสัตว์เพื่อ การเลี้ยงไส้เดือน	๑. วัสดุปลูกต้นไม้ ๒. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๒.๕๐ - รายได้เดิม ๒,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๒,๒๕๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๒๕๐ บาท	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
โคกสูง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว			(ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๓. GVH = ๘๖.๔๘ ๔. SROI = ๑.๓๙	
๒๓. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว	ตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๑ หมู่บ้าน	การพัฒนาและต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระท้อนอ่อนและรากเห็ดหลินจือแดง เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ	การอบรมการแปรรูปกระท้อนอ่อนเป็นโลชั่นทาผิวผสมสารสกัดจากกระท้อนอ่อน การแปรรูปสับุ้เหลวเนื้อมูกผสมสารสกัดจากกระท้อนอ่อน และสับุ้เหลวเนื้อมูกผสมสารสกัดจากรากเห็ดหลินจือแดง (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. สับุ้เหลวเนื้อมูกผสมสารสกัดจากกระท้อน ๒. โลชั่นทาผิวผสมสารสกัดจากกระท้อนอ่อน ๓. สับุ้เหลวเนื้อมูกผสมสารสกัดจากรากเห็ดหลินจือแดง ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๕๔ - รายได้เดิม ๒๕,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๓๘,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑๓,๕๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๖.๒๒ ๖. SROI = ๑.๖๙	โครงการพัฒนา
๒๔. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองไถ่เลื่อน อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว	ตำบลคลองไถ่เลื่อน อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๑ หมู่บ้าน	ชุมชนต้องการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม คือ การผลิตน้ำดื่ม	การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตน้ำดื่มชุมชน และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์น้ำดื่มชุมชน (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. โมเดลต้นแบบระบบน้ำดื่ม ๒. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐๐ - รายได้เดิม ๒๗,๓๗๘๕ บาท - รายได้ใหม่ ๓๖,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๙,๑๒๕ บาท ๓. GVH = ๙๙.๔ ๔. SROI = ๔.๒๖	โครงการพัฒนา
๒๕. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว/ จำนวน ๑๘ หมู่บ้าน	ชุมชนต้องการต่อยอดจากของที่ระลึกเป็นของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน	การอบรมการทำก้านไม้หอมและเทียนหอมไร้ควันกลั่นดอกแก้วเพื่อสร้างรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือน มิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ก้านไม้หอมกลั่นดอกแก้ว ๒. เทียนหอมไร้ควันกลั่นดอกแก้ว ๓. รายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๔.๔๔ - รายได้เดิม ๓๐,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๓๔,๓๓๓ บาท	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
				- รายได้เพิ่มขึ้น ๔,๓๓๓ บาท ๔. GVH = ๙๖.๖๕ ๕. SROI = ๑.๓๑	
๒๖. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองน้ำใส อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	ตำบลคลองน้ำใส อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๒ หมู่บ้าน	การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากผ้า โดยเน้นการแสดงอัตลักษณ์ของชุมชนสะท้อนบนผลิตภัณฑ์	การอบรมการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนบนผืนผ้าและการจัดทำแบบพิมพ์ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. หมวก ๒. กระเป๋าคลัทช์ ๓. พวงกุญแจ ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๐ - รายได้เดิม ๑๕,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๖,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๕๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๔.๐๘ ๖. SROI = ๕.๕๔	โครงการพัฒนา
๒๗. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลทุ่งมหาเจริญ อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว	ตำบลทุ่งมหาเจริญ อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๒๘ หมู่บ้าน	การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติและสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือใช้	การอบรมการผลิตไม้กวาดจากวัสดุธรรมชาติและการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้เป็นเปเลสนามเพื่อสร้างรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ไม้กวาดดอกหญ้า ๒. ไม้กวาดทางมะพร้าว ๓. เปเลสนามจากวัสดุเหลือใช้ ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๔๐ - รายได้เดิม ๑,๕๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๒,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑,๐๐๐ บาท ๕. GVH = ๘๖.๗๖ ๖. SROI = ๑.๘๗	โครงการพัฒนา
๒๘. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลเมืองไผ่ อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	ตำบลเมืองไผ่ อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๑๐ หมู่บ้าน	ชุมชนมีการปลูกส้มโอซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจและมีการปลูกเปลือกส้มโอเหลือทิ้งในปริมาณที่มากเพื่อเพิ่มมูลค่าและนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้	การแปรรูปจากเปลือกส้มโอเป็นผลิตภัณฑ์ยาหม่องน้ำและสเปรย์ไล่ยุง และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยสามารถนำมาทำเป็นส้มโอเชื่อมเพื่อสร้างรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ยาหม่องน้ำ ๒. สเปรย์ไล่ยุง ๓. เปลือกส้มโอเชื่อม ๔. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐ - รายได้เดิม ๑๕,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑๘,๐๐๐ บาท	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
				- รายได้เพิ่มขึ้น ๓,๐๐๐ บาท ๕. GVH = ๙๕.๖๑ ๖. SROI = ๑.๐๕	
๒๙. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลป่าไร่ อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	ตำบลป่าไร่ อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว / จำนวน ๘ หมู่บ้าน	ชุมชนมีความต้องการให้ส่งเสริมอาชีพการเลี้ยงตักแตนป่าทั้งกำ เนื่องจากถ้าเลี้ยงครบ ๔๕ วันแล้วสามารถจับขายได้ทุกวัน	อบรมการสร้างอุปกรณ์เลี้ยงตักแตนป่าทั้งกำและการผลิตตักแตนปรุงรสอบแห้ง (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ตักแตนปรุงรสอบแห้ง ๒. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓๓.๓๓ - รายได้เดิม ๓๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๔๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๑๐๐ บาท ๓. GVH = ๗๒.๐๕ ๔. SROI = ๒.๖๓	โครงการพัฒนา
๓๐. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลวัฒนานคร อำเภวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (พื้นที่ใหม่)	ตำบลวัฒนานคร อำเภวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว/ จำนวน ๗หมู่บ้าน	จากการลงพื้นที่เพื่อประชุมวางแผนและวิเคราะห์ศักยภาพตำบล พบว่า ชุมชนมีอาชีพเลี้ยงไก่พื้นเมืองแต่มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารไก่ค่อนข้างสูงเพื่อลดรายจ่ายจึงมีความสนใจที่จะเพาะแหนดงเพื่อใช้ในการเลี้ยงไก่พื้นเมืองและแปรรูปไก่พื้นเมืองเพื่อเพิ่มรายได้	อบรมการเพาะแหนดงเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบอาหารเลี้ยงไก่พื้นเมือง การทำอาหารเลี้ยงไก่พื้นเมืองจากแหนดงเพื่อลดต้นทุนและการแปรรูปไก่พื้นเมืองนึ่งสมุนไพรแช่แข็งเพื่อเพิ่มรายได้ (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ไก่พื้นเมืองนึ่งสมุนไพรแช่แข็ง ๒. อาหารเลี้ยงไก่พื้นเมือง ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๔๐ - รายได้เดิม ๕๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๑,๒๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๗๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๖.๗๙ ๕. SROI = ๔.๑๙	โครงการพัฒนา
๓๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลท่าเกวียน อำเภวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (พื้นที่ใหม่)	ตำบลท่าเกวียน อำเภวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว/ จำนวน ๑๔หมู่บ้าน	จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐานและวิเคราะห์ศักยภาพตำบลและประชุมกลุ่มร่วมกับผู้นำและกลุ่มสตรีมีความต้องการให้ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสร้างรายได้	อบรมการทำพืมน้ำมันสมุนไพรดอกไม้แห้ง น้ำมันเขียว น้ำมันเหลือง และการทำสบู่สมุนไพรโยวบ (สูตรมะขามและสูตรสมุนไพรรวม) (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. พืมน้ำมันสมุนไพรดอกไม้แห้ง ๒. น้ำมันเขียว ๓. น้ำมันเหลือง ๔. สบู่สมุนไพรโยวบ ๕. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐ - รายได้เดิม ๒,๕๐๐ บาท	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
				- รายได้ใหม่ ๓,๐๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๕๐๐ บาท ๖. GVH = ๘๑.๑๒ ๗. SROI = ๑.๗๓	
๓๒. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ตำบลคลองทับจันทร์ อำเภอสระแก้ว (พื้นที่ใหม่)	ตำบลคลองทับจันทร์ อำเภอสระแก้ว/ จำนวน ๑๐ หมู่บ้าน	จากการลงพื้นที่สำรวจความต้องการของชุมชน และได้พูดคุยกับผู้นำและกลุ่มวิสาหกิจผู้เลี้ยงปลาแปลงใหญ่ มีความต้องการผลิตอุปกรณ์ขอตเกล็ดปลาเพื่อผลิตปลาร้าและปลาสามเพื่อสร้างรายได้	อบรมการผลิตอุปกรณ์ขอตเกล็ดปลาเพื่อผลิตปลาร้าและปลาสาม พร้อมวิธีการดูแลรักษาอุปกรณ์ขอตเกล็ดปลา และอบรมการทำอาหารปลาเพื่อลดต้นทุน (ดำเนินการตั้งแต่เดือนมกราคม- เดือนมิถุนายน ๒๕๖๗)	๑. ปลาสาม ๒. ปลาร้า ๓. รายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๒๕ - รายได้เดิม ๒,๐๐๐ บาท - รายได้ใหม่ ๔,๕๐๐ บาท - รายได้เพิ่มขึ้น ๒,๕๐๐ บาท ๔. GVH = ๘๖.๘๐ ๕. SROI = ๓.๖๖	โครงการพัฒนา
๑.๒ โครงการการพัฒนาศักยภาพนักพันธกิจสัมพันธ์ (Upskill-AM)					
๑. โครงการพัฒนาศักยภาพนักพันธกิจสัมพันธ์ (Upskill-AM)	๑) ผู้บริหารมหาวิทยาลัย คณะกรรมการดำเนินงาน ๒) ผู้จัดการพื้นที่ กรรมการ อาจารย์นักพัฒนา	๑) นักพันธกิจสัมพันธ์ขาดทักษะความรู้ในการดำเนินงานพันธกิจสัมพันธ์	จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพนักพันธกิจสัมพันธ์ (Upskill-AM) หัวข้อดังต่อไปนี้ ๑) “การวัดความสุขมวลรวมของชุมชน (Gross Village Happiness : GVH)” ครั้งที่ ๑ เมื่อวันที่ ๒๖ มกราคม ๒๕๖๗ และครั้งที่ ๒ เมื่อวันที่ ๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ ณ ห้องประชุมราชชนรินทร์ ๒) “การวัดและประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ในโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก (Social Return On Investment: SROI)” ครั้งที่ ๑ เมื่อวันที่ ๒๐ -๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ ณ ห้องประชุมราช	เชิงปริมาณ ๑) ผู้เข้าร่วมอบรมหัวข้อ “การวัดความสุขมวลรวมของชุมชน (Gross Village Happiness : GVH)” ๒) ผู้เข้าร่วมอบรมหัวข้อ “การวัดและประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ในโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก (Social Return On Investment: SROI)” จำนวน ๑๗๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ของค่าเป้าหมาย	โครงการอบรม/บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
			นครินทร์ และครั้งที่ ๒ เมื่อวันที่ ๕ - ๖ มีนาคม ๒๕๖๗ ณ ห้องประชุมราช นครินทร์ ระยะเวลาดำเนินงาน วันที่ ๒๘-๒๙ มีนาคม ๒๕๖๗	เชิงคุณภาพ ๑) ผู้รับผิดชอบงานพันธกิจ สัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกิดองค์ ความรู้ในการวัดความสุข มวลรวมของชุมชน (Gross Village Happiness : GVH) และการวัดและประเมิน ผลตอบแทนทางสังคมจากการ ลงทุน ในโครงการพัฒนา คุณภาพชีวิตและยกระดับ เศรษฐกิจฐานราก (Social Return On Investment: SROI)”	
๑.๓ โครงการการบริหารจัดการ VRU Marketplace เพื่อยกระดับรายได้ชุมชน					
๑. โครงการบริหารจัดการ VRU Marketplace เพื่อยกระดับรายได้ชุมชน	นักศึกษา บุคลากร มหาวิทยาลัย และประชาชน ทั่วไป	เพื่อปรับภูมิทัศน์ภายนอกภายในร้าน VRU Marketplace ให้มี สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการ ให้บริการลูกค้าและพร้อม จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน	ปรับปรุงภูมิทัศน์ภายนอกและภายในร้าน ให้มีระเบียบ ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้ บริการ ระยะเวลาดำเนินงาน ธันวาคม ๒๕๖๖ – มกราคม ๒๕๖๖	ดำเนินการจัดกิจกรรมบริหาร จัดการ VRU Marketplace เพื่อยกระดับรายได้ชุมชน โดยมี จำนวนสินค้าชุมชนที่นำผลผลิต มาวางจำหน่าย จำนวน ๗๓ ชุมชน จำนวน ๗๗ ผลงาน รายได้จากการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ชุมชนรวมมูลค่า ๑๘๐,๐๓๘ บาท (เป้าหมาย ๑๐๐,๐๐๐บาท) คิดเป็นร้อยละ ๑๘๐	กิจกรรมสัมพันธ์

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
๑.๔ โครงการรวบรวม ประมวลผล จัดทำรายงานโครงการ คู่มือความรู้ สื่อเรียนรู้					
๑. โครงการรวบรวม ประมวลผล จัดทำรายงานโครงการ คู่มือความรู้ สื่อเรียนรู้	นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรในมหาวิทยาลัย และประชาชนทั่วไป	๑. เพื่อจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานรากและเผยแพร่ทั้งในรูปแบบของสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ๒. เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ ผลความสำเร็จของโครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก สร้างการรับรู้ให้กับประชาชนทั้งในระดับชาติ	๑. รวบรวมข้อมูล นำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ในรูปแบบหนังสือ Success Story ๒๐๒๔ รวบรวมกิจกรรมและความสำเร็จของพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเชิงพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสระแก้ว จำนวน ๗๓ ตำบล ให้บุคลากร และประชาชนได้รับรู้ ๒. ผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์งานยุทธศาสตร์ราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ๑ ชุด ระยะเวลาดำเนินงาน เดือน กรกฎาคม - กันยายน ๒๕๖๗	ดำเนินโครงการรวบรวม ประมวลผล จัดทำรายงาน คู่มือความรู้ และสื่อเรียนรู้ โดยจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ๒๕๖๗ ในรูปแบบหนังสือ Success Story ๒๐๒๔ รวบรวมกิจกรรมและความสำเร็จของพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเชิงพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสระแก้ว จำนวน ๗๓ ตำบล และแผ่นพับสรุปโครงการในภาพรวม ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และรูปเล่มสิ่งพิมพ์ต้นฉบับ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ พร้อมทั้งเกิดผลลัพธ์ตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป้าหมายที่ ๑ และเป้าหมายที่ ๒	กิจกรรมสัมพันธ์
๑.๕ โครงการจัดเวทีนำเสนอบทเรียนและข้อเสนอเชิงนโยบาย					
๑. โครงการจัดเวทีนำเสนอบทเรียนและข้อเสนอเชิงนโยบาย	หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชน และประชาชนทั่วไปที่สนใจ จำนวน ๒๐๐ คน	การพัฒนาส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี การถ่ายทอดประสบการณ์ ปัจจัย แห่ง	ดำเนินการโครงการสรุปและจัดเวทีนำเสนอบทเรียนโครงการยุทธศาสตร์ราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว	เชิงปริมาณ ๑. สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตฯ	กิจกรรมสัมพันธ์

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ความสำเร็จของการพัฒนา ชุมชน โดยการนำเสนอผลงาน ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน เป็นกระบวนการ ที่ทำให้ ประชาชนเข้าใจยอมรับและ สนับสนุน ช่วยสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน และช่วยให้การดำเนินงาน ตามภารกิจของหน่วยงาน ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น ในการ พัฒนาท้องถิ่นสู่ ความยั่งยืน ต่อไป	ระยะเวลาดำเนินงาน วันที่ ๙-๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๗ ณ ลาน กิจกรรมหน้าหอประชุมLOYONGRNN	- คลิปวิดีโอถอดบทเรียน โครงการยุทธศาสตร์ราชภัฏเพื่อ การพัฒนาท้องถิ่น จังหวัด ปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว จำนวน ๑ คลิป - เวทีนำเสนอผลการ ดำเนินงานยุทธศาสตร์ราชภัฏ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ๒) ผู้เข้าร่วมงานไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน ๓) ผู้เข้าร่วมงานได้เกิดการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ไม่ น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐ เชิงคุณภาพ ๑) ผลงานของมหาวิทยาลัยราช ภัฏLOYONGRNN ในพระบรม ราชูปถัมภ์ ตามยุทธศาสตร์ราช ภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ของ จังหวัดปทุมธานี และจังหวัด สระแก้ว เป็นที่ประจักษ์ต่อส่วน ราชการ ประชาชน และ บุคคลภายนอก	
๒. โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์					
๒.๑ โครงการสำรวจพื้นที่ เก็บข้อมูล เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการและติดตามผลการดำเนินโครงการ รวมถึงการบริหารจัดการโครงการ					
๑. โครงการการสำรวจ พื้นที่ เก็บข้อมูล เพื่อ คัดเลือกผู้ประกอบการ	จังหวัดปทุมธานี และจังหวัด สระแก้ว ๑๕ ผลิตภัณฑ์	๑. ปัญหาองค์ความรู้ข้อมูล พื้นฐานของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ ชุมชน	๑. ลงสำรวจในพื้นที่การพัฒนาของ มหาวิทยาลัยราชภัฏLOYONGRNN	ผู้ประกอบการ ๓๓ ราย จังหวัดปทุมธานี ๑๕ ราย จังหวัดสระแก้ว ๑๘ ราย	กิจกรรมสัมพันธ์

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
และติดตามผลการดำเนิน โครงการ รวมถึงการ บริหารจัดการโครงการ	(จังหวัดละ ๕ ผลิตภัณฑ์ ต่อ ปี)	๒. ปัญหาของการสร้าง เครือข่ายความร่วมมือในการ พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ ชุมชน ๓. ปัญหาการยกระดับ ศักยภาพและทุนทางสังคมที่ นำ มาใช้ประโยชน์ในการสร้าง มูลค่าเพิ่ม และต่อยอดภูมิ ปัญญาท้องถิ่น เพื่อศักยภาพ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP	ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี และจังหวัด สระแก้ว เพื่อเป็นฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ สำหรับการคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วม โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ ๓๓ ผลิตภัณฑ์/จังหวัด (ผลิตภัณฑ์เดิม ๒๕ ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๕ ผลิตภัณฑ์) ๒. วิเคราะห์ปัญหาของผลิตภัณฑ์ ความ ต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบ ที่สอดคล้องกับด้านความพร้อมและความ เป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์		
๒.๒ โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน					
๑. โครงการพัฒนา มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	๑. ผู้ประกอบการ ๓๐ ผลิตภัณฑ์/จังหวัด (ผลิตภัณฑ์ เดิม ๒๕ ผลิตภัณฑ์ และ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๕ ผลิตภัณฑ์) ๒. สัดส่วนที่ GPPเพิ่มขึ้น ๓. ร้อยละรายได้ของ ผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นร้อย ละ ๑๐	๑. ปัญหาองค์ความรู้ข้อมูล พื้นฐานของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ ชุมชน ๒. ปัญหาของการสร้าง เครือข่ายความร่วมมือในการ พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ ชุมชน ๓. ปัญหาการยกระดับ ศักยภาพและทุนทางสังคมที่ นำ มาใช้ประโยชน์ในการสร้าง มูลค่าเพิ่ม และต่อยอดภูมิ ปัญญาท้องถิ่น เพื่อศักยภาพ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP	๑. ลงสำรวจในพื้นที่การพัฒนาของ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี และจังหวัด สระแก้ว เพื่อเป็นฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ สำหรับการคัดเลือกผู้ประกอบการเข้าร่วม โครงการพัฒนาผู้ประกอบการ ๓๓ ผลิตภัณฑ์/จังหวัด (ผลิตภัณฑ์เดิม ๒๕ ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๕ ผลิตภัณฑ์) ๒. วิเคราะห์ปัญหาของผลิตภัณฑ์ ความ ต้องการและความคาดหวังของผู้ประกอบ ที่สอดคล้องกับด้านความพร้อมและความ เป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ๓. การอบรมเชิงปฏิบัติการ แนวทางใน การพัฒนาผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์	ร้อยละรายได้ของผู้ประกอบการ ที่เพิ่มขึ้น จังหวัดปทุมธานี เฉลี่ย ร้อยละ ๔๕ จังหวัดสระแก้ว เฉลี่ย ร้อยละ ๓๒	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
			พัฒนาความพร้อมการนำเสนอแผนธุรกิจ แบบมืออาชีพและเทคนิคการปิดการขาย ขั้นสูง พัฒนาทักษะผู้ประกอบการด้าน แผนธุรกิจการตลาด ออนไลน์ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ๔. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ ผู้ประกอบการ โดยนำองค์ความรู้ในการ สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือองค์ความรู้ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมผ่าน การพัฒนาด้าน คุณภาพ บรรจุภัณฑ์ การตลาด และเรื่อง เล่าผลิตภัณฑ์โดยบูรณาการรายวิชา และ การมีส่วนร่วมของนักศึกษาเพื่อยกระดับ รายได้ของผู้ประกอบการ ๕. การเชื่อมโยงองค์ความรู้ที่เป็น ประโยชน์จากมหาวิทยาลัยสู่ชุมชนที่ สามารถนำไปผสมผสานกับความรู้ของ ชุมชนที่มีอยู่เดิมจนก่อให้เกิดองค์ความรู้ ใหม่และถ่ายทอดหมุนเวียนกันต่อไปอย่าง เป็นระบบ นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ๖. การดำเนินกำกับติดตามระหว่าง และ หลังเสร็จสิ้นโครงการ เพื่อประเมินผลการ ยกระดับคุณภาพของผู้ประกอบการ และ สะท้อนผลการดำเนินงานของ มหาวิทยาลัย ๗. เพิ่มรายได้ของผู้ประกอบการที่ได้รับ การพัฒนา ผ่านกระบวนการถ่ายทอดองค์		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)		ประเภทโครงการ*							
			ความรู้และวิจัย เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาเพื่อส่งเสริมตลาดออนไลน์และออฟไลน์ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐										
	๑. สมุนไพรชุมชนไวท์เฮ้าส์ จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผลิตภัณฑ์สมุนไพรชุมชนไวท์เฮ้าส์ จังหวัดปทุมธานี สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความสม่ำเสมอในคุณภาพของสมุนไพร: เนื่องจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรต้องใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ ความแตกต่างในฤดูกาลหรือสภาพอากาศอาจส่งผลต่อคุณภาพและปริมาณของสมุนไพรที่ใช้ผลิต ทำให้คุณภาพของสินค้าบางครั้งอาจไม่สม่ำเสมอ มาตรฐานการผลิต: หากกระบวนการผลิตสมุนไพรไม่ได้มาตรฐานหรือมีการใช้เทคโนโลยีไม่เพียงพอ อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่มีความคงทนหรือลดคุณค่าทางสมุนไพรไปในระหว่างการเก็บรักษาหรือการขนส่ง ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบการผลิตให้มีมาตรฐาน: ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีมาตรฐานสูงขึ้น โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต รวมถึงควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ การเพิ่มอายุการเก็บรักษา: ใช้เทคนิคการเก็บรักษาที่ดี เช่น การทำให้แห้งหรือการใช้บรรจุภัณฑ์สุญญากาศ เพื่อคงคุณสมบัติของสมุนไพรให้นานขึ้นและลดการเน่าเสีย ๒. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและปกป้องสินค้าได้ดี: พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม น่าสนใจ และสามารถป้องกันสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรเลือกใช้วัสดุที่ปกป้องสมุนไพรจากแสง ความชื้น และอากาศ รวมถึงการออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มความสะดวกในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์: ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย มีฟังก์ชันการปิด-เปิดที่	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๕,๖๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๘,๔๕๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๓๓.๗๓</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๕,๖๐๐	หลังพัฒนา	๘,๔๕๐	ร้อยละ	๓๓.๗๓	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๕,๖๐๐												
หลังพัฒนา	๘,๔๕๐												
ร้อยละ	๓๓.๗๓												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ไม่ดึงดูดและไม่ปกป้องสินค้าได้ดี: สมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความไวต่อความชื้นและแสง หากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถปกป้องสินค้าจากปัจจัยภายนอกได้ดีพอ อาจทำให้สมุนไพรเสื่อมคุณภาพได้ง่าย นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่มี ความสวยงามและทันสมัยอาจทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณภาพไม่น่าดึงดูด บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สะดวกต่อการใช้งาน: การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานยาก เช่น การปิด-เปิดที่ไม่สะดวก หรือ ขนาดที่ไม่เหมาะสมกับการใช้งาน อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่สะดวกและไม่ประทับใจ ๓. ปัญหาด้านการตลาดและการรับรู้แบรนด์ ขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: การสร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่จดจำของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ การที่สินค้ายังไม่มีแบรนด์ที่โดดเด่น อาจทำให้ลูกค้าไม่สามารถจดจำหรือแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จากคู่แข่งได้ การโปรโมตที่ไม่	สะดวก และมีขนาดที่เหมาะสมต่อการใช้งานของลูกค้า ๓. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์: พัฒนาลวดลายสินค้าให้มีเอกลักษณ์และโดดเด่น เน้นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มาจากชุมชนและความเป็นธรรมชาติ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ โปรโมตผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์: ขยายการตลาดผ่านการใช้โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือแพลตฟอร์ม e-commerce เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อโปรโมตผลิตภัณฑ์ในวงกว้าง	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		เพียงพอ: การขาดการโปรโมตในช่องทางการตลาดออนไลน์หรือออฟไลน์ อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการขยายตลาดและเพิ่มยอดขาย											
	๒. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุก จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลาตุก จังหวัดปทุมธานี สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพและรสชาติ ความสม่ำเสมอของรสชาติและคุณภาพ: เนื่องจากการผลิตน้ำพริกปลาตุกอาจทำด้วยวิธีการแบบดั้งเดิมหรือใช้แรงงานคนเป็นหลัก จึงอาจเกิดปัญหาความไม่สม่ำเสมอของรสชาติและเนื้อสัมผัสของน้ำพริกในแต่ละครั้ง การขาดมาตรฐานในการผลิตอาจทำให้ลูกค้าไม่มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัญหาการเน่าเสียและอายุการเก็บรักษา: น้ำพริกเป็นอาหารที่เสี่ยงต่อการเน่าเสีย หากไม่มีการใช้เทคนิคการถนอมอาหารที่เหมาะสมหรือบรรจุภัณฑ์ที่	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพและรสชาติ มาตรฐานการผลิต: พัฒนาระบบการผลิตให้มีมาตรฐานและความสม่ำเสมอ โดยใช้สูตรที่คงที่และเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยเพื่อลดความผิดพลาด รวมถึงปรับปรุงรสชาติให้คงที่ในทุกการผลิต การถนอมอาหาร: ใช้เทคนิคการถนอมอาหาร เช่น การพาสเจอร์ไรซ์หรือการบรรจุในระบบสุญญากาศ เพื่อเพิ่มอายุการเก็บรักษาและคงความสดใหม่ของน้ำพริกได้นานขึ้น ๒. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่มีดีไซน์ทันสมัยและดึงดูด: ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย น่าสนใจ และดึงดูดลูกค้า โดยใช้ดีไซน์ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ควรใช้วัสดุที่คงทนและรักษาคุณภาพของน้ำพริกได้ดี ฟังก์ชันการใช้งานที่สะดวก: พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเปิด-ปิดซ้ำได้ง่าย มีขนาดที่เหมาะสมกับการใช้งานในแต่ละครั้ง และสามารถพกพาได้สะดวก	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๓,๕๓๓</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๔,๔๕๕</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๒๐.๗๐</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๓,๕๓๓	หลังพัฒนา	๔,๔๕๕	ร้อยละ	๒๐.๗๐	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๓,๕๓๓												
หลังพัฒนา	๔,๔๕๕												
ร้อยละ	๒๐.๗๐												

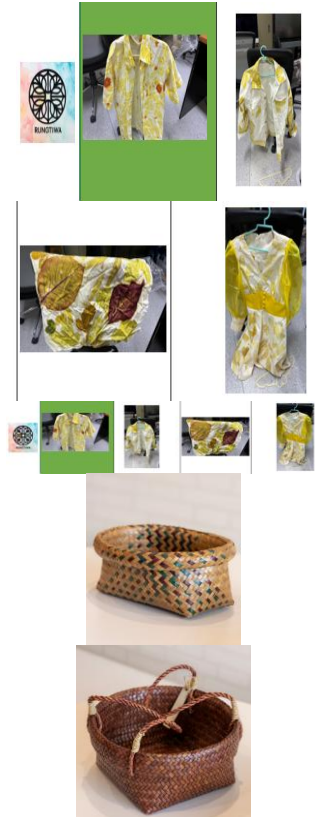


ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ป้องกันความชื้นและอากาศได้ดีพอ อายุการเก็บรักษาอาจสั้น ส่งผลให้ไม่สะดวกต่อการจัดเก็บและขนส่ง ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทันสมัย: หากบรรจุภัณฑ์ยังไม่มีความทันสมัยหรือดึงดูดใจลูกค้า การเลือกซื้ออาจลดลง รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถรักษาคุณภาพของน้ำพริกได้นานพออาจทำให้สินค้าเสื่อมคุณภาพก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค ความไม่สะดวกในการใช้งาน: บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถเปิด-ปิดซ้ำได้ง่าย หรือมีขนาดที่ไม่เหมาะสมสำหรับการใช้งานในแต่ละครั้ง อาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกไม่สะดวกในการใช้งาน ๓. ปัญหาด้านการตลาดและการรับรู้แบรนด์: ขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: น้ำพริกปลาตุ๋นอาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนหรือยังไม่ได้รับการโปรโมตอย่างแพร่หลาย ทำให้สินค้าขาดความโดดเด่นในตลาด และอาจทำให้ลูกค้าจดจำ	๓. การสร้างแบรนด์และการตลาด การสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: เน้นการสร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์และจุดเด่น เพื่อให้ลูกค้าจดจำได้ง่าย รวมถึงการสื่อสารถึงคุณค่าของน้ำพริกปลาตุ๋น เช่น วัตถุดิบที่มาจากท้องถิ่นหรือการผลิตแบบดั้งเดิมที่มีคุณภาพสูง การโปรโมตและขยายตลาดออนไลน์: ใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram และแพลตฟอร์ม e-commerce ในการโปรโมตและจัดจำหน่ายน้ำพริก เพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ๔. การพัฒนานวัตกรรมและการแข่งขันในตลาด พัฒนารสชาติใหม่ๆ: นอกจากสูตรดั้งเดิม ควรพัฒนารสชาติใหม่ๆ หรือน้ำพริกที่ผสมผสานกับวัตถุดิบอื่น เพื่อเพิ่มความหลากหลายและตอบสนองต่อใจลูกค้าหลากหลายกลุ่ม จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย: การจัดโปรโมชันหรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความสนใจมากขึ้น รวมถึงการแจกสินค้าตัวอย่างเพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองชิมจะเป็นวิธีการที่ดีในการดึงดูดลูกค้าใหม่	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		ผลิตภัณฑ์ได้ยาก การขยายตลาดที่จำกัด: การเข้าถึงลูกค้าใหม่โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าตลาดต่างประเทศหรือกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่อาจยังไม่ครอบคลุมมากพอ เนื่องจากขาดการทำตลาดออนไลน์หรือการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ ๔. ปัญหาด้านการแข่งขันในตลาด การแข่งขันกับน้ำพริกแบรนด์อื่นๆ: มีน้ำพริกหลายประเภทที่ได้รับความนิยมในตลาด เช่น น้ำพริกกุ้ง น้ำพริกตาแดง หรืออื่นๆ ทำให้น้ำพริกปลาต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูง และอาจต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างและโดดเด่นมากขึ้น เพื่อดึงดูดลูกค้าให้สนใจผลิตภัณฑ์											
	๓. กาละแม by ชูลี จังหวัดปทุมธานี	จากการวิเคราะห์ พบว่า กาละแม by ชูลี ของคุณชูรี มีความต้องการในการแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยต้องคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ดั้งเดิมของสินค้า ทั้งในด้านรสชาติและกระบวนการ	แนวทางการแก้ไขปัญหของผลิตภัณฑ์ "กาละแม by ชูลี" ของคุณชูรี มีดังนี้: ๑. การรักษาคุณภาพและอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คงรสชาติและกระบวนการผลิตดั้งเดิม: เพื่อรักษาเอกลักษณ์และความพิเศษของกาละแม ผู้ประกอบการควรเน้นการคงไว้ซึ่งรสชาติและวิธีการผลิตดั้งเดิม	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๔,๒๑๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๔,๘๔๒</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๑๕.๐๑</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๔,๒๑๐	หลังพัฒนา	๔,๘๔๒	ร้อยละ	๑๕.๐๑	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๔,๒๑๐												
หลังพัฒนา	๔,๘๔๒												
ร้อยละ	๑๕.๐๑												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ผลิต แต่ในขณะเดียวกันก็ ต้องการปรับปรุงในส่วนของ การยืดอายุการจัดเก็บ เพื่อ เพิ่มความสะดวกในการขนส่ง และการเก็บรักษา นอกจากนี้ ยังต้องการปรับภาพลักษณ์ ของบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย และเหมาะสมกับการใช้งาน รวมถึงการเพิ่มยอดขายผ่าน ช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถ เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ได้อย่างมี ประสิทธิภาพและสร้าง ยอดขายที่เติบโตต่อเนื่อง	ซึ่งเป็นจุดแข็งของสินค้า พร้อมทั้งพัฒนา และปรับปรุงในรายละเอียดเพื่อให้ ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานที่สม่ำเสมอ ใช้ วัตถุดิบคุณภาพสูง: ควรเลือกใช้วัตถุดิบที่ มีคุณภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์คงรสชาติและ คุณภาพเดิมที่ลูกค้าคาดหวัง และสามารถ เพิ่มความโดดเด่นให้กับสินค้าได้ ๒. การยืดอายุการจัดเก็บ พัฒนา กระบวนการผลิตเพื่อยืดอายุสินค้า: ใช้ เทคโนโลยีหรือวิธีการที่ช่วยเพิ่มความ ทนทานของผลิตภัณฑ์ให้ยาวนานขึ้น เช่น การปรับปรุงสูตรที่สามารถรักษาคุณภาพ ได้โดยไม่ใช้สารกันบูด หรือการพาสเจอ ไรซ์ ซึ่งจะช่วยให้สินค้าคงคุณภาพได้นาน ขึ้น โดยไม่กระทบกับรสชาติและลักษณะ ของผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เพื่อ เก็บรักษาได้นานขึ้น: บรรจุภัณฑ์ควร สามารถป้องกันอากาศและความชื้นได้ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยให้สินค้าคง ความสดใหม่และยืดอายุการเก็บรักษาได้ มากขึ้น ๓. การปรับปรุงภาพลักษณ์ของ บรรจุภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และสะดวกต่อการพกพา: ปรับปรุงดีไซน์ บรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย และ เหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน โดยเน้นความสวยงาม และสะดวกในการ พกพา เช่น บรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กหรือ	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
			บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิด-เปิดได้ง่าย ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม: การเลือกใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้หรือเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ และดึงดูดลูกค้าที่ใส่ใจในเรื่องความยั่งยืน ๔. การเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ขยายช่องทางการขายออนไลน์: ควรใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, และแพลตฟอร์ม e-commerce เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น รวมถึงการใช้การตลาดออนไลน์เพื่อเพิ่มการรับรู้ในแบรนด์ เช่น การทำแคมเปญโปรโมชั่น การร่วมมือกับ influencers เพื่อช่วยขยายฐานลูกค้า การขายในช่องทางออฟไลน์: ควรขยายการขายไปยังตลาดค้าปลีกหรือห้างสรรพสินค้า โดยใช้ช่องทางเหล่านี้เป็นอีกหนึ่งวิธีในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ พร้อมทั้งการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในพื้นที่ เพื่อเพิ่มการรับรู้และยอดขาย ๕. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างเรื่องราวและคุณค่าให้กับแบรนด์: ควรเน้นการสื่อสารเกี่ยวกับประวัติและที่มาของกาละแม เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ และมองเห็นคุณค่าของสินค้ามากขึ้น การใช้เรื่องราวจะช่วยสร้างความ		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
			เชื่อมโยงทางอารมณ์และทำให้แบรนด์โดดเด่นในตลาด ใช้โปรโมชันและกิจกรรมการตลาด: การจัดโปรโมชันพิเศษ เช่น ส่วนลด แพ็กเกจพิเศษ หรือการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ทดลองสินค้า จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและกระตุ้นยอดขายในช่วงเวลาสำคัญ		
	๔. ผ้ามัดย้อม Baitong shop จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น ๓ ด้าน ดังนี้ : ๑. ปัญหาด้านการผลิตจากสถานการณ์โควิด-๑๙ การแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ส่งผลให้ยอดขายลดลงอย่างมากและทำให้การส่งออกสินค้าประสบความยากลำบาก ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัว โดยทำให้การผลิตมีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการผลิตมากขึ้น เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งต้องทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า ๒. การพัฒนาตราสินค้า การสร้างแบรนด์ใหม่เป็นสิ่งที่ท้าทาย	แนวทางแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการ ใน ๓ ด้าน สามารถทำได้ดังนี้: ๑. แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการผลิตจากสถานการณ์โควิด-๑๙ การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ยืดหยุ่น: ควรปรับกระบวนการผลิตให้สามารถปรับตัวได้ตามความต้องการของตลาด โดยลดปริมาณการผลิตในช่วงที่ความต้องการลดลง หรือเพิ่มปริมาณเมื่อยอดขายกลับมา ควรใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน ปรับปรุงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ตาม มผช.: พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามมาตรฐาน มผช. (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในเรื่องคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า ซึ่งจะช่วยให้การผลิตและการส่งออกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การหาช่องทางการตลาดออนไลน์และท้องถิ่น: ในช่วงที่การส่งออก		โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		สำหรับผู้ประกอบการ การพัฒนาตราสินค้าจึงจำเป็นต้องเน้นความโดดเด่นและดึงดูดลูกค้าในพื้นที่ แต่ในขณะเดียวกันต้องรักษา "ดีเอ็นเอ" ของผู้ประกอบการไว้ เพื่อให้ความเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถเชื่อมโยงกับลูกค้าเดิมได้ โดยต้องสื่อสารถึงคุณค่าและความเป็นตัวตนของแบรนด์อย่างชัดเจน ๓. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีฟังก์ชันที่เหมาะสมกับสินค้า และสามารถพกพาได้อย่างสะดวกเป็นสิ่งสำคัญ บรรจุภัณฑ์ควรมีดีไซน์ที่ทันสมัย สวยงาม และสะดวกต่อการใช้งาน โดยต้องคำนึงถึงการปกป้องสินค้าภายในให้ปลอดภัย รวมถึงการออกแบบให้ตอบโจทย์การใช้งานในชีวิตประจำวันของลูกค้า แนวทางการพัฒนาในแต่ละด้าน นี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและเติบโตในสภาพเศรษฐกิจและตลาดที่	ยากลำบาก ผู้ประกอบการควรมองหาช่องทางการขายใหม่ๆ เช่น การขายออนไลน์ในประเทศ หรือการร่วมมือกับเครือข่ายท้องถิ่นในการจัดจำหน่าย เพื่อลดการพึ่งพาการส่งออก ๒. แนวทางแก้ไขการพัฒนาตราสินค้า การสร้างความโดดเด่นของแบรนด์: ใน การสร้างแบรนด์ใหม่ ควรเน้นการออกแบบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และดึงดูดลูกค้าทันที อาจใช้สัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเฉพาะตัวของสินค้าหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังคงความร่วมมือเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ การสื่อสารคุณค่าและตัวตนของแบรนด์: ผู้ประกอบการควรสื่อสารคุณค่าและตัวตนของแบรนด์ให้ชัดเจน โดยเน้นไปที่ความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์หรือคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ เช่น ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้วัตถุดิบจากชุมชน หรือกระบวนการผลิตที่ยั่งยืน เพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับลูกค้าเดิมและดึงดูดลูกค้าใหม่ ใช้การตลาดออนไลน์ในการโปรโมตแบรนด์: ใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมตแบรนด์เพื่อเพิ่มการรับรู้ในวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นการใช้โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ของบริษัท หรือ	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	ช่องทาง e-commerce เพื่อให้ลูกค้าเห็น สินค้าของคุณได้ง่ายขึ้น ๓. แนวทางแก้ไขการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยและใช้งาน สะดวก: บรรจุภัณฑ์ควรมีดีไซน์ที่สวยงาม ทันสมัย และสะดวกในการพกพา ควร เลือกวัสดุที่มีความทนทานและน้ำหนักเบา เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภค รวมถึงควรคำนึงถึงการใช้งานใน ชีวิตประจำวันของลูกค้า เพื่อให้บรรจุ ภัณฑ์ไม่เพียงแต่ดูดี แต่ยังมีประโยชน์ใน การใช้งานจริง การใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อม: พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ คำนึงถึงความยั่งยืน เช่น การใช้วัสดุรี ไซเคิลหรือวัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่ง จะช่วยสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับแบ รנד พัฒนาฟังก์ชันเพิ่มเติมในบรรจุภัณฑ์: การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีฟังก์ชันเสริม เช่น บรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิด-เปิดได้หลาย ครั้ง หรือบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมา ใช้ซ้ำ จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและ เพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภค การ ปรับปรุงในแต่ละด้านตามแนวทางเหล่านี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถ ตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดจากสถานการณ์ โควิด-๑๙ ได้ดีขึ้น รวมถึงสร้างแบรนด์และ		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
			ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและตรงกับความต้องการของตลาด										
	๕. ผ้าทอมณีเจ้าพระยา จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลางเจ้าพระยาสามารถแบ่งออกเป็น ๓ ด้านดังนี้: ๑. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะมีการถ่ายทอดภูมิปัญญามาอย่างยาวนาน แต่การออกแบบยังขาดความหลากหลาย รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่ครอบคลุมความทันสมัยในการดีไซน์และการปรับตัวให้เข้ากับเทรนด์ปัจจุบันยังไม่เพียงพอ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายได้อย่างเต็มที่ ๒. ปัญหาด้านการตลาด ผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะสร้างแคตตาล็อกสินค้าที่ครอบคลุม เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าและขยายฐานการผลิต ทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ อย่างไรก็ตาม การขาดเครื่องมือทางการตลาดที่เหมาะสมอาจทำให้ผลิตภัณฑ์	แนวทางการแก้ไขปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลางเจ้าพระยา สามารถพิจารณาตามปัญหาที่พบได้ดังนี้: ๑. แนวทางแก้ไขปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาการออกแบบที่หลากหลาย: เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ควรเน้นการออกแบบที่มีความร่วมสมัยและตรงตามเทรนด์ในปัจจุบัน ควรปรับใช้เทคนิคการออกแบบใหม่ๆ ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกเพศทุกวัย และสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ เพิ่มความทันสมัยและนวัตกรรม: การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ดูทันสมัยยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับปรุงดีไซน์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการในยุคปัจจุบัน จัดทำกลุ่มสินค้าพิเศษ: เพื่อครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ควรสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีหลายระดับราคา ตั้งแต่สินค้าราคาประหยัดจนถึงสินค้าระดับพรีเมียม เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่างๆ ๒. แนวทางแก้ไขปัญหาด้านการตลาด จัดทำแคตตาล็อกสินค้า: สร้างแคตตาล็อกสินค้าที่ครอบคลุม โดยจัดทำเป็นทั้งแบบ	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๓๒,๑๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๗๘,๘๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>-๕๙.๒๖</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๓๒,๑๐๐	หลังพัฒนา	๗๘,๘๐๐	ร้อยละ	-๕๙.๒๖	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๓๒,๑๐๐												
หลังพัฒนา	๗๘,๘๐๐												
ร้อยละ	-๕๙.๒๖												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางพอ ส่งผลให้ยอดขายยังไม่เติบโตตามที่คาดหวัง ๓. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ยังขาดความทันสมัยและหรูหรา ซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณค่าของสินค้า ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม ทันสมัย สะดวกต่อการพกพา และมีฟังก์ชันที่ตอบโจทย์การใช้งานในชีวิตประจำวัน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า	ออนไลน์และแบบสิ่งพิมพ์ เพื่อให้ลูกค้าเห็นภาพรวมของผลิตภัณฑ์ และเพิ่มโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายขึ้น ขยายตลาดออนไลน์: การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, TikTok รวมถึงแพลตฟอร์ม e-commerce จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น เพิ่มการรับรู้แบรนด์และขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่นิยมการช้อปปิ้งออนไลน์ จัดทำโปรโมชั่นและกิจกรรมทางการตลาด: การจัดทำโปรโมชั่นพิเศษ หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความสนใจมากขึ้น รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างการรับรู้ในวงกว้าง ๓. แนวทางแก้ไขปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและหรูหรา: ปรับปรุงดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สวยงาม และหรูหรา ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ควรใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือวัสดุที่มีคุณภาพสูง เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าผลิตภัณฑ์มีคุณค่า สร้างบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานสะดวก: พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะดวกในการพกพาและใช้งานจริง มีฟังก์ชันที่ช่วยเพิ่ม	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
			ความสะดวกสบายให้กับลูกค้า เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีน้ำหนักเบา หรือสามารถปิด-เปิดได้ง่าย เพิ่มการใช้ฟังก์ชันอัจฉริยะ: หากเป็นไปได้ ควรเพิ่มเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ทำให้บรรจุภัณฑ์มีฟังก์ชันอัจฉริยะ เช่น การติด QR Code เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ซ้ำได้ เพื่อเพิ่มคุณค่าและความยั่งยืนของสินค้า										
	๖. ชนม์ปิ่นขลิบ จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ขนมปิ่นขลิบ จังหวัดปทุมธานี สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความกรอบและรสชาติที่ไม่คงที่: ขนมปิ่นขลิบเป็นขนมกรอบที่ต้องการคุณภาพของการทอดที่ดี แต่บางครั้งกระบวนการผลิตอาจไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ขนมมีความกรอบไม่เท่ากันหรือรสชาติไม่คงที่ในแต่ละรอบการผลิต อาจทำให้บางครั้งขนมกรอบเกินไป หรือนิ่มเร็วเมื่อต้องเก็บไว้นาน อายุการเก็บรักษาสั้น: ขนมปิ่นขลิบอาจมีปัญหาเรื่องการเก็บรักษา ถ้า	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ พัฒนาสูตรและกระบวนการผลิต: ปรับปรุงสูตรการทำขนมปิ่นขลิบให้สามารถคงความกรอบได้นานขึ้นและมีรสชาติที่คงที่ ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อให้ขนมมีคุณภาพที่เสมอด้านเสมอปลายในทุกล็อตการผลิต ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์: ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติในการป้องกันความชื้นและอากาศเข้าได้ดี เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาและรักษาความกรอบของขนมได้ยาวนานขึ้น ๒. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดใจลูกค้า: พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูทันสมัย สะดุดตา และเหมาะกับการเป็นของฝาก เพื่อดึงดูดลูกค้าและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่เป็น	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๕๗,๐๔๗</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๖๕,๘๖๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๑๕.๔๕</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๕๗,๐๔๗	หลังพัฒนา	๖๕,๘๖๐	ร้อยละ	๑๕.๔๕	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๕๗,๐๔๗												
หลังพัฒนา	๖๕,๘๖๐												
ร้อยละ	๑๕.๔๕												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		บรรจุภัณฑ์ไม่ได้ป้องกันความชื้นอย่างดี อาจทำให้ขนมสูญเสียความกรอบเร็ว ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาสั้นลง ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถรักษาความกรอบได้ดี: ขนมปั้นขลิบต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันความชื้นและอากาศเข้า หากบรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานหรือไม่ได้ออกแบบให้เหมาะสมกับการเก็บรักษา จะทำให้ขนมเสียความกรอบได้ง่าย ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดึงดูดลูกค้า: บรรจุภัณฑ์ที่อาจขาดความน่าสนใจหรือลวดลายที่ดึงดูดลูกค้า ทำให้ขนมปั้นขลิบไม่สามารถแข่งขันกับขนมแบรนด์อื่นที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและดูน่าสนใจได้ ๓. ปัญหาด้านการผลิตและต้นทุน การควบคุมมาตรฐานการผลิต: การผลิตขนมปั้นขลิบในปริมาณมากอาจทำให้เกิดปัญหาด้านการควบคุมคุณภาพ	มิตรกับสิ่งแวดล้อม: หันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและเพิ่มความยั่งยืนให้กับแบรนด์ ๓. การพัฒนาการตลาดและการสร้างแบรนด์ สร้างแบรนด์ให้ชัดเจนและมีเอกลักษณ์: พัฒนาแบรนด์ขนมปั้นขลิบให้มีเรื่องราวและความเป็นเอกลักษณ์ เช่น การเน้นที่มาของวัตถุดิบจากธรรมชาติ หรือวิธีการทำแบบดั้งเดิม เพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับผู้บริโภค ขยายการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์: ใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram หรือแพลตฟอร์ม e-commerce เพื่อขยายตลาดและเพิ่มการเข้าถึงลูกค้าที่กว้างขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ	   	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		ของชนม เช่น ความกรอบ รสชาติ หรือความสม่ำเสมอของชนมในแต่ละรอบการผลิต ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความเสถียรภาพในด้านคุณภาพ ต้นทุนการผลิตสูง: การใช้วัตถุดิบคุณภาพดีและการผลิตด้วยมืออาจทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าชนมขบเคี้ยวอื่นๆ ทำให้ยากต่อการตั้งราคาที่สามารถแข่งขันได้ในตลาด											
	๗. ผ้าแบรนด์ AZ Alizz จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าแบรนด์ AZ Alizz จังหวัดปทุมธานี อาจมีปัญหาและข้อจำกัดในด้านต่างๆ ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของเนื้อผ้า: หากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผ้าไม่ได้มาตรฐานหรือไม่มีความคงทนพอ อาจทำให้ผ้าของแบรนด์ AZ Alizz เสื่อมสภาพเร็ว เช่น การซีดจาง การขาดง่าย หรือความไม่สม่ำเสมอของเนื้อผ้า ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกไม่พึงพอใจ กระบวนการผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ: ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตด้วยมือหรือกระบวนการ	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง: ควรใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงเพื่อเพิ่มความคงทนและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ พัฒนากระบวนการผลิต: ใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือช่วยในการผลิตเพื่อให้ผ้าสม่ำเสมอและลดความผิดพลาดในการผลิต ๒. การพัฒนาดีไซน์และการออกแบบที่ทันสมัย ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย: ควรทำการวิจัยตลาดเพื่อทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และออกแบบลวดลายหรือสีที่ทันสมัยและตรงกับความต้องการ	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๖๐๙,๔๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๗๖๗,๐๒๗</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๒๕.๘๗</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๖๐๙,๔๐๐	หลังพัฒนา	๗๖๗,๐๒๗	ร้อยละ	๒๕.๘๗	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๖๐๙,๔๐๐												
หลังพัฒนา	๗๖๗,๐๒๗												
ร้อยละ	๒๕.๘๗												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ที่ไม่มีเทคโนโลยีช่วยเสริม อาจทำให้มีความแตกต่างในเนื้อผ้า หรือลวดลายระหว่างชิ้นงาน เช่น ลายที่ไม่ชัดเจน หรือความหนาบางของเนื้อผ้าไม่เท่ากัน ๒. ปัญหาด้านการออกแบบ และการตอบสนองต่อความต้องการของตลาด การออกแบบที่ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย: หากลวดลาย หรือการออกแบบผ้าไม่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเป้าหมาย เช่น การออกแบบที่ดูดั้งเดิมเกินไป หรือไม่ทันสมัย อาจทำให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่หรือผู้บริโภคที่ต้องการความหลากหลายของสไตล์และดีไซน์ไม่สนใจผลิตภัณฑ์ การขาดการพัฒนาลวดลายใหม่ๆ: การที่แบรนด์ไม่สามารถสร้างลวดลายหรือดีไซน์ที่ทันสมัย และแตกต่างได้ อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าสนใจ และสูญเสียโอกาสในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาด	กลุ่มเป้าหมาย สร้างความแตกต่างในลวดลายและดีไซน์: การพัฒนาลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่นปัจจุบันจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ AZ Alizz โดดเด่นในตลาดและเป็นที่น่าสนใจมากขึ้น ๓. การปรับปรุงต้นทุนและการตั้งราคา: เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต: ควรหาวิธีลดต้นทุนการผลิตโดยไม่ลดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น การหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพในราคาที่ถูกลง หรือการใช้เทคโนโลยีในการช่วยลดเวลาการผลิต กำหนดราคาที่แข่งขันได้: ควรพิจารณาตั้งราคาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่ากับเงินที่จ่ายและแข่งขันกับคู่แข่งได้		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		๓. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต และการกำหนดราคา ต้นทุนการผลิตสูง: หากกระบวนการผลิตใช้แรงงานฝีมือหรือวัตถุดิบที่มีราคาสูง การตั้งราคาขายผลิตภัณฑ์อาจต้องสูงตามไปด้วย ซึ่งอาจส่งผลให้ไม่สามารถแข่งขันกับแบรนด์ที่ใช้วัสดุและกระบวนการผลิตที่มีต้นทุนต่ำกว่า การตั้งราคาที่ไม่สอดคล้องกับตลาด: หากแบรนด์ AZ Alizz ตั้งราคาผลิตภัณฑ์ที่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาดเดียวกัน อาจทำให้ลูกค้าเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากแบรนด์อื่นที่มีราคาถูกกว่า และคุณภาพใกล้เคียงกัน		 									
	๘. ผ้ามัดคราม จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้ามัดคราม จังหวัดปทุมธานี สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความคงทนของสีคราม: สีครามจากธรรมชาติมักซีดจางได้ง่ายเมื่อผ่านการซักหลายครั้ง โดยเฉพาะหากกระบวนการย้อมสีหรือการเคลือบสีไม่ได้ทำ	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพิ่มความคงทนของสีคราม: พัฒนากระบวนการย้อมสีครามให้ทนต่อการซักและการใช้งานมากขึ้น โดยใช้เทคนิคการย้อมที่ทำให้สีติดทนนาน เช่น การย้อมซ้ำหลายครั้ง หรือการใช้เทคโนโลยีเคลือบสีเพื่อป้องกันการซีดจาง ปรับปรุงการมัดลวดลาย: พัฒนาฝีมือและเทคนิคของช่างฝีมือเพื่อให้สามารถทำลวดลายที่	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๖๕๗,๐๔๗</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๑,๐๖๑,๘๖๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๖๑.๖๑</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๖๕๗,๐๔๗	หลังพัฒนา	๑,๐๖๑,๘๖๐	ร้อยละ	๖๑.๖๑	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๖๕๗,๐๔๗												
หลังพัฒนา	๑,๐๖๑,๘๖๐												
ร้อยละ	๖๑.๖๑												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		อย่างถูกต้อง อาจทำให้สีซีดเร็ว ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความน่าสนใจในระยะยาว ความไม่สม่ำเสมอของลวดลาย: การทำผ้ามัดครามเป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ความละเอียดอ่อน หากขั้นตอนการมัดย้อมไม่สม่ำเสมอ ลวดลายบนผ้าอาจเกิดความไม่สมบูรณ์หรือไม่สวยงามในทุกชิ้น ทำให้ลูกค้าไม่พอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ๒. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตและราคา ต้นทุนการผลิตสูง: การใช้สีครามธรรมชาติและกระบวนการย้อมแบบดั้งเดิมต้องใช้เวลาและแรงงาน ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าผ้าที่ผลิตจากโรงงานหรือผ้าที่ใช้สีสังเคราะห์ ส่งผลให้ราคาขายสูงกว่าและยากในการแข่งขันกับสินค้าราคาถูกกว่าในตลาด ความยากในการจัดหาวัตถุดิบ: ครามเป็นวัตถุดิบธรรมชาติที่ต้องใช้ในปริมาณมากเพื่อการย้อม หากแหล่งปลูกหรือผลิตครามไม่เพียงพอหรือมีคุณภาพ	สม่ำเสมอและสวยงามมากขึ้น โดยควบคุมการมัดและย้อมสีให้มีความแม่นยำในทุกชิ้นงาน ๒. การลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หาแหล่งวัตถุดิบที่ยั่งยืนและคงที่: ควรสร้างเครือข่ายการผลิตครามที่ยั่งยืน เพื่อให้การจัดหาครามสามารถทำได้อย่างต่อเนื่องและลดต้นทุนการผลิตในระยะยาว พัฒนาเทคโนโลยีการผลิต: ใช้เทคโนโลยีบางส่วนในการช่วยย้อมหรือกระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถผลิตได้ในปริมาณมากขึ้นและควบคุมต้นทุนการผลิตได้ดีขึ้น ๓. การพัฒนาดีไซน์และตอบสนองตลาด พัฒนาการออกแบบที่ร่วมสมัย: ผสมผสานลวดลายมัดครามดั้งเดิมกับดีไซน์ที่ทันสมัย และเหมาะกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น กระเป๋า หรือของตกแต่งบ้าน เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่ต้องการสินค้าที่มีเอกลักษณ์และสวมใส่ได้จริง สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ใช้ผ้ามัดคราม: ขยายการใช้ผ้ามัดครามในผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น ผ้าคลุมไหล่ ของใช้ในบ้าน หรือสินค้าตกแต่ง เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายและเพิ่มช่องทางการขาย ๔. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์:	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ต่ำ อาจทำให้เกิดปัญหาในการผลิตและส่งผลต่อราคาสินค้า ๓. ปัญหาด้านการออกแบบและความต้องการของตลาดลวดลายและดีไซน์ไม่ทันสมัย: ผ้ามัดย้อมแบบดั้งเดิมอาจยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่มองหาสินค้าแฟชั่นร่วมสมัยที่สามารถใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน การขาดนวัตกรรมในการออกแบบ: การออกแบบผ้ามัดย้อมอาจขาดความแปลกใหม่หรือไม่มีการพัฒนาลวดลายใหม่ๆ ที่ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถดึงดูดความสนใจในวงกว้าง ๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมอาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ทำให้สินค้าขาดความจดจำในตลาดและไม่สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์จากภูมิภาคอื่นที่มีชื่อเสียง	พัฒนาแบรนด์ผ้ามัดย้อมให้มีเอกลักษณ์ โดยเน้นเรื่องราวการใช้วัสดุธรรมชาติและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความน่าสนใจให้กับผู้บริโภค ขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์: ใช้สื่อออนไลน์และแพลตฟอร์ม e-commerce ในการโปรโมตผลิตภัณฑ์ ผ้ามัดย้อมให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		มากกว่า การเข้าถึงตลาดที่ จำกัด: ผลิตรักข์อาจยังไม่ สามารถขยายตลาดได้อย่าง กว้างขวาง โดยเฉพาะในกลุ่ม ลูกค้ารุ่นใหม่หรือต่างประเทศ ที่มองหาสินค้าที่แตกต่าง คุณภาพสูง แต่ยังไม่รู้จักหรือ เข้าใจคุณค่าของผ้ามัดย้อม อย่างแท้จริง		  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
	๙. ผ้าทอเส้นใยบัวหลวง จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอเส้นใยบัวหลวง จังหวัดปทุมธานี สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความทนทานของเส้นใย: เส้นใยจากบัวหลวงเป็นวัสดุธรรมชาติที่อาจไม่คงทนเท่ากับเส้นใยสังเคราะห์หรือเส้นใยจากฝ้าย ซึ่งอาจทำให้ผ้าเสื่อมสภาพได้ง่ายเมื่อใช้งานเป็นเวลานาน หรือเมื่อถูกซักบ่อยครั้ง ความไม่สม่ำเสมอของเส้นใย: การผลิตเส้นใยจากบัวหลวงเป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ทักษะมาก การที่เส้นใยมีความไม่สม่ำเสมออาจทำให้ผ้ามีลักษณะไม่เรียบและเกิดความแตกต่างในเนื้อผ้าระหว่างชิ้นงาน ๒. ปัญหาด้านกระบวนการผลิต กระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและใช้เวลานาน: การสกัดเส้นใยจากบัวหลวง เป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและต้องการทักษะฝีมือสูง ซึ่งอาจทำให้การผลิตต้องใช้เวลานานและผลิตได้ในปริมาณจำกัด	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พัฒนากระบวนการผลิตเส้นใย: ควรพัฒนาเทคนิคในการสกัดเส้นใยจากบัวหลวงให้มีความแข็งแรงและคงทนมากขึ้น เพื่อลดปัญหาความไม่สม่ำเสมอและเพิ่มความคงทนของผ้า เพิ่มความคงทนของเนื้อผ้า: พัฒนากระบวนการทอและการผลิตให้ผ้ามีความคงทนต่อการใช้งาน เช่น การเสริมวัสดุอื่นร่วมกับเส้นใยบัวหลวงเพื่อเพิ่มความแข็งแรงและทนทาน ๒. การลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หาแหล่งวัตถุดิบที่ยั่งยืน: ควรสร้างเครือข่ายการผลิตบัวหลวงที่สามารถให้ผลผลิตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน เพื่อให้การจัดหาวัตถุดิบทำได้ง่ายขึ้นและลดต้นทุนการผลิตในระยะยาว พัฒนาเทคโนโลยีการผลิต: ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสกัดเส้นใยและการทอผ้า ซึ่งจะช่วยลดเวลาการผลิตและเพิ่มปริมาณการผลิตได้ ๓. การพัฒนาดีไซน์ และการออกแบบให้ตรงกับตลาด ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย: ควรผสมผสานการใช้เส้นใยบัวหลวงกับการออกแบบที่ทันสมัยและเหมาะกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่ต้องการสินค้าแฟชั่นที่มี	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๑๖๖,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๒๖๕,๘๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๖๐.๑๒</td></tr></table>  		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๑๖๖,๐๐๐	หลังพัฒนา	๒๖๕,๘๐๐	ร้อยละ	๖๐.๑๒	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๑๖๖,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๒๖๕,๘๐๐												
ร้อยละ	๖๐.๑๒												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		การหาแหล่งวัตถุดิบที่คงที่: บัวหลวงเป็นพืชที่ต้องการสภาพแวดล้อมเฉพาะในการเจริญเติบโต การหาแหล่งวัตถุดิบที่คงที่และมีคุณภาพสำหรับการสกัดเส้นใยอาจเป็นความท้าทายในการผลิตอย่างต่อเนื่อง ๓. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตและราคา ต้นทุนการผลิตสูง: กระบวนการสกัดเส้นใยและการทอผ้าจากบัวหลวงต้องใช้เวลาและแรงงานมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าผ้าที่ผลิตจากวัสดุอื่น ส่งผลให้ราคาขายของผ้าทอเส้นใยบัวหลวงอาจสูงเกินไปสำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป การผลิตในปริมาณที่จำกัด: เนื่องจากเส้นใยบัวหลวงต้องใช้เวลากัดและการทอด้วยมือ การผลิตในปริมาณมากจึงทำได้ยาก ทำให้ไม่สามารถแข่งขันในตลาดที่ต้องการสินค้าปริมาณมากได้ ๔. ปัญหาด้านการออกแบบและความต้องการของตลาด ความไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด: ผ้าทอเส้น	เอกลักษณ์ ขยายการใช้เส้นใยบัวหลวงในผลิตภัณฑ์อื่น: นำเส้นใยบัวหลวงไปประยุกต์ใช้ในสินค้าที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า ผ้าคลุม หรือของตกแต่งบ้าน เพื่อเพิ่มช่องทางการขายและความน่าสนใจ ๔. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่ชัดเจนและมีเรื่องราว: พัฒนาแบรนด์ผ้าทอเส้นใยบัวหลวงให้มีเอกลักษณ์ โดยเน้นเรื่องราวเกี่ยวกับการใช้วัสดุธรรมชาติและกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความน่าสนใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์: ใช้แพลตฟอร์ม e-commerce และโซเชียลมีเดียในการโปรโมตสินค้าผ้าทอเส้นใยบัวหลวงเพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ๕. การแข่งขันในตลาด โปรโมตคุณสมบัติพิเศษของเส้นใยบัวหลวง: เน้นการสื่อสารคุณสมบัติพิเศษของเส้นใยบัวหลวง เช่น ความเป็นธรรมชาติ ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความละเอียดอ่อนในการผลิต เพื่อสร้างความแตกต่างและดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มองหาสินค้าพิเศษ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย: เข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือการจัดแสดงผลงานหัตถกรรม เพื่อนำเสนอ		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ใยบัวหลวงอาจยังไม่เป็นที่รู้จักหรือไม่ได้รับความนิยมนองกว้าง เนื่องจากการใช้เส้นใยบัวหลวงเป็นวัสดุที่ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ทำให้ลูกค้าอาจไม่คุ้นเคยกับลักษณะของผลิตภัณฑ์และไม่เห็นคุณค่าที่แท้จริงของวัสดุธรรมชาตินี้ ลวดลายและการออกแบบไม่หลากหลาย: หากการออกแบบลวดลายหรือรูปแบบของผ้าทอเส้นใยบัวหลวงยังไม่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าร่วมสมัยหรือแฟชั่นที่ทันสมัย อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ ๕. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: ผ้าทอเส้นใยบัวหลวงอาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนหรือได้รับการโปรโมตอย่างแพร่หลาย ทำให้ลูกค้าไม่รู้จักผลิตภัณฑ์และไม่สามารถสร้างการรับรู้ในตลาดได้เพียงพอ การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์อาจยังไม่	ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มลูกค้าที่สนใจงานฝีมือและผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		สามารถขยายตลาดได้มากพอ โดยเฉพาะในตลาดที่มองหาสินค้าหัตถกรรมหรือสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพสูง ๖. ปัญหาด้านการแข่งขัน การแข่งขันกับสินค้าที่ใช้วัสดุอื่น: ผ้าที่ผลิตจากเส้นใยสังเคราะห์หรือเส้นใยจากพืชอื่นๆ ที่มีต้นทุนต่ำกว่าและผลิตได้ในปริมาณมาก อาจทำให้ผ้าทอเส้นใยบัวหลวงมีข้อจำกัดในการแข่งขันด้านราคา ความนิยมที่จำกัดในกลุ่มลูกค้า: เนื่องจากเส้นใยบัวหลวงเป็นวัสดุที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในตลาด ผลิตภัณฑ์อาจยังไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้าที่มองหาสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน											
	๑๐. รุ่งทิวาผ้ามัดย้อม จังหวัดปทุมธานี	๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความคงทนของสี: ผ้ามัดย้อมมักเผชิญกับปัญหาสีซีดจางหลังการซักหลายครั้ง โดยเฉพาะหากใช้สีที่ไม่ทนทานหรือไม่มีการย้อมซ้ำอย่างเหมาะสม ซึ่งอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ดูไม่น่าสนใจหลังการ	แนวทางการแก้ไข้ปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ใช้เทคนิคย้อมสีที่ทนทาน: พัฒนาระบวนการย้อมสีให้ทนทานต่อการซักและการใช้งาน โดยใช้สีที่มีคุณภาพสูงหรือใช้เทคโนโลยีในการเคลือบสีเพื่อให้สีคงทนยิ่งขึ้น พัฒนาตลาดและการย้อมให้สม่ำเสมอ: ควรพัฒนาเทคนิคการมัดย้อมให้รวดเร็วและ	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๖๖,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๘๔,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๒๘.๐๓</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๖๖,๐๐๐	หลังพัฒนา	๘๔,๕๐๐	ร้อยละ	๒๘.๐๓	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๖๖,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๘๔,๕๐๐												
ร้อยละ	๒๘.๐๓												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ใช้งานระยะยาว ความไม่สม่ำเสมอของลวดลาย: การมัดย้อมด้วยมืออาจทำให้ลวดลายและสีไม่สม่ำเสมอระหว่างผ้าแต่ละชิ้น ซึ่งบางครั้งอาจทำให้ผู้บริโภคไม่พอใจหากคาดหวังสินค้าที่มีความคล้ายคลึงกันในชุดหรือคอลเล็กชัน ๒. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตและราคาต้นทุนการผลิตสูง: การทำผ้ามัดย้อมต้องใช้ทักษะและแรงงานมาก โดยเฉพาะหากเป็นงานฝีมือที่ละเอียดและใช้วัสดุจากธรรมชาติ ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าผ้าทั่วไป ส่งผลให้ราคาขายสูงและยากในการแข่งขันในตลาด การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ: การใช้วัตถุดิบ เช่น สีธรรมชาติ และเส้นใยฝ้ายคุณภาพสูง อาจมีต้นทุนที่สูงและหายาก ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนการผลิตและการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ ๓. ปัญหาด้านการออกแบบและความต้องการในตลาด ลวดลายและสีที่ไม่ตอบโจทย์ตลาดปัจจุบัน: ลวดลาย	สีของผ้ามีความสม่ำเสมอมากขึ้นในแต่ละชิ้น เพื่อสร้างมาตรฐานคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์ ๒. การลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต หาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม: ควรสร้างเครือข่ายหรือหาพันธมิตรในการจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมเพื่อลดต้นทุนการผลิตและสามารถตั้งราคาขายที่แข่งขันได้ ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ: ใช้เทคโนโลยีบางส่วนในการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดเวลาการผลิต และสามารถผลิตสินค้าได้ในปริมาณมากขึ้นโดยไม่ลดคุณภาพ ๓. การออกแบบที่สอดคล้องกับตลาด ออกแบบลวดลายและสีที่ร่วมสมัย: ควรผสมผสานลวดลายดั้งเดิมกับดีไซน์ที่ร่วมสมัย เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่ต้องการสินค้าที่สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวันและมีสไตล์ที่ทันสมัย ขยายการใช้ผ้ามัดย้อมในผลิตภัณฑ์อื่นๆ: นำผ้ามัดย้อมไปประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น กระเป๋า เสื้อผ้าแฟชั่น ของตกแต่งบ้าน หรือสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อเพิ่มความหลากหลายและเพิ่มช่องทางการขาย	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ผ้ามัดย้อมดั้งเดิมอาจไม่เข้ากับ เทรนด์แฟชั่นปัจจุบัน ซึ่ง ผู้บริโภคสมัยใหม่อาจมองหา ผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์ร่วมสมัย และสีสันทันเป็นเอกลักษณ์มาก ขึ้น ทำให้ผ้ามัดย้อมดูไม่ ทันสมัยหรือไม่น่าสนใจใน สายตาผู้บริโภคบางกลุ่ม		  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
													
	๑๑. วาฬเพื้ลเห็นครอบ จังหวัดปทุมธานี	๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความคงทนของ ความกรอบ: ผลิตภัณฑ์บราวนี่เห็นครอบอาจเผชิญกับปัญหาการสูญเสียความกรอบ หลังจากเก็บไว้เป็นเวลานาน หากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถป้องกันอากาศและความชื้นได้ดีพอ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่คงรสชาติและคุณภาพตามที่คาดหวัง การผสมผสานของเห็นครอบและบราวนี่: การผสมผสานระหว่างเห็นครอบกับบราวนี่อาจไม่ถูกใจผู้บริโภคทุกกลุ่ม เนื่องจากเป็นรสชาติและเท็กซ์เจอร์ที่แปลกใหม่ ทำให้บางคนอาจไม่คุ้นเคยหรือไม่ชอบรสชาติและความสัมผัสของผลิตภัณฑ์นี้ คุณภาพของวัตถุดิบ: เห็นที่นำมาใช้ทำบราวนี่กรอบ หากไม่ได้	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพิ่มความกรอบและความทนทานของผลิตภัณฑ์: พัฒนาสูตรและกระบวนการผลิตเพื่อให้บราวนี่เห็นกรอบคงความกรอบได้นานขึ้น รวมถึงการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เพื่อป้องกันอากาศและความชื้น ปรับสมดุลรสชาติ: ปรับสูตรการผสมผสานระหว่างเห็นครอบและบราวนี่ให้รสชาติสมดุลและถูกปากผู้บริโภคมากขึ้น โดยคำนึงถึงเท็กซ์เจอร์และความหวานที่เหมาะสม ๒. ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษา ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันอากาศและความชื้นได้ดี: พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาความกรอบของผลิตภัณฑ์ได้นาน โดยใช้เทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ เช่น บรรจุภัณฑ์สุญญากาศหรือช่องกันชื้น เพิ่มความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์: หากเป็นไปได้ ควรหาวิธีการยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์โดยไม่ใช้สารกันบูด เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจเรื่อง	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๔,๕๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๖,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๔๔.๔๔</td></tr></table>  		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๔,๕๐๐	หลังพัฒนา	๖,๕๐๐	ร้อยละ	๔๔.๔๔	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๔,๕๐๐												
หลังพัฒนา	๖,๕๐๐												
ร้อยละ	๔๔.๔๔												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		คุณภาพดีหรือไม่ได้รับการคัดเลือกอย่างละเอียด อาจส่งผลกระทบต่อรสชาติและเนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์ ทำให้สินค้าขาดความสมดุลในรสชาติ ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษา บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม: หากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถป้องกันอากาศความชื้น หรือแสงได้ดีเพียงพอจะทำให้บราวนี่เหี่ยวกรอบ สูญเสียคุณภาพความกรอบและรสชาติได้ง่าย ซึ่งส่งผลให้ลูกค้าไม่พึงพอใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การเก็บรักษาในระยะยาว: ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เหี่ยวอาจมีอายุการเก็บรักษาสั้นกว่าผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบอื่น การยืดอายุการเก็บรักษาโดยไม่ใช้สารกันบูดอาจเป็นความท้าทายที่ต้องคำนึงถึง ๓. ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการตลาด การไม่เป็นที่รู้จักในตลาด: บราวนี่เหี่ยวกรอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และยังไม่มีเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากนัก ทำให้การทำ	สุขภาพ ๓. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: สร้างแบรนด์ให้มีเอกลักษณ์และความชัดเจน เช่น การเน้นคุณสมบัติจากเหี่ยวและความพิเศษของการผสมผสานกับบราวนี่ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มองหาสินค้าสุขภาพ และสินค้าที่มีความแตกต่างจากขนมทั่วไป ขยายการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์: ใช้แพลตฟอร์ม e-commerce และโซเชียลมีเดียเพื่อโปรโมตสินค้าบราวนี่เหี่ยวกรอบ โดยเน้นการเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ และคุณค่าของเหี่ยวที่ใช้ เพื่อสร้างการรับรู้และความสนใจในผลิตภัณฑ์		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		ตลาดอาจยากในการสร้างการรับรู้ของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าลูกค้าไม่คุ้นเคยกับการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ขนมหวานอย่างบราวนี่ การสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์: ผลิตภัณฑ์บราวนี่ให้ตรอบอาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนและเป็นเอกลักษณ์ ทำให้สินค้าขาดความโดดเด่นและความน่าสนใจเมื่อวางขายในตลาดที่มีการแข่งขันสูง											
	๑๒. รองเท้าจากกางเกงยีนส์ จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผลิตภัณฑ์รองเท้าจากกางเกงยีนส์ จังหวัดปทุมธานี สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความคงทนของวัสดุ: กางเกงยีนส์ที่นำมาใช้ผลิตรองเท้าอาจมีความทนทานไม่เพียงพอสำหรับการใช้งานในระยะยาว เนื่องจากเนื้อผ้ายีนส์ที่ผ่านการใช้งานมาแล้วอาจเสื่อมสภาพหรือบางเกินไป ทำให้รองเท้าขาดหรือชำรุดได้ง่าย ความไม่เหมาะสมในการใช้งาน: ยีนส์	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เลือกใช้วัสดุเสริมเพื่อเพิ่มความคงทน: ควรเสริมวัสดุอื่น เช่น หนังหรือยางในการผลิตรองเท้าร่วมกับผ้ายีนส์ เพื่อเพิ่มความแข็งแรงและคงทนให้กับรองเท้า และให้รองเท้าสามารถใช้งานได้ยาวนานขึ้น ใช้เทคโนโลยีในการกันน้ำ: พัฒนาเทคโนโลยีในการเคลือบผ้ายีนส์ให้สามารถกันน้ำหรือป้องกันความชื้นได้ เพื่อให้รองเท้าสามารถใช้งานได้ในสภาพอากาศที่หลากหลาย ๒. การพัฒนาการออกแบบ ออกแบบรองเท้าที่มีความหลากหลายและร่วมสมัย: ควรออกแบบรองเท้าให้มีหลากหลายรูปแบบ	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๕๕,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๗๖,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๓๙.๐๙</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๕๕,๐๐๐	หลังพัฒนา	๗๖,๕๐๐	ร้อยละ	๓๙.๐๙	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๕๕,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๗๖,๕๐๐												
ร้อยละ	๓๙.๐๙												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		เป็นผ้าที่มีลักษณะไม่กันน้ำ หรืออาจซับน้ำได้ง่าย ทำให้รองเท้าที่ทำจากยีนส์ไม่เหมาะสำหรับการสวมใส่ในสภาพอากาศที่มีความชื้นสูงหรือในช่วงฝนตก ๒. ปัญหาด้านการออกแบบและความสวยงาม การออกแบบที่ไม่ดึงดูดผู้บริโภค: การออกแบบรองเท้าจากกางเกงยีนส์อาจยังไม่หลากหลายเพียงพอในการตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการรองเท้าที่ทันสมัยและมีดีไซน์ที่สวยงาม ทำให้สินค้าขาดความน่าสนใจในตลาด การประยุกต์ใช้ยีนส์ในการทำรองเท้า: การใช้กางเกงยีนส์ในการผลิตรองเท้าอาจมีข้อจำกัดในการออกแบบ เนื่องจากความหนาของผ้าและลวดลายที่ติดมากับกางเกงยีนส์ ซึ่งอาจทำให้การออกแบบรองเท้าดูไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป ๓. ปัญหาด้านการผลิตและต้นทุน กระบวนการผลิตที่ซับซ้อน: การนำกางเกงยีนส์ที่	เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น รองเท้าสำหรับการใส่เดินทางหรือรองเท้าสำหรับโอกาสพิเศษ โดยคงความเป็นเอกลักษณ์ของการใช้ผ้ายีนส์ ผสมผสานวัสดุอื่นในการออกแบบ: นำวัสดุอื่นมาผสมผสานในการออกแบบรองเท้า เพื่อเพิ่มความหลากหลายและความเป็นเอกลักษณ์ เช่น การใช้หนัง ยาง หรือเส้นใยธรรมชาติในการตกแต่งร่วมกับผ้ายีนส์ ๓. การลดต้นทุนการผลิต: เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต: ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ช่วยลดขั้นตอนการผลิตเพื่อให้กระบวนการผลิตรวดเร็วขึ้น โดยไม่กระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อลดต้นทุนการผลิตและสามารถตั้งราคาขายที่แข่งขันได้ในตลาด สร้างเครือข่ายในการจัดหากางเกงยีนส์ที่ใช้แล้ว: สร้างเครือข่ายหรือข้อตกลงกับแหล่งที่สามารถจัดหากางเกงยีนส์ที่ใช้แล้วได้ในราคาที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบได้ ๔. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่เน้นความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: เน้นการโปรโมตว่ารองเท้าจากกางเกงยีนส์เป็นผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนการรีไซเคิลและช่วยลดขยะสิ่งทอ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อมและการใช้สินค้าที่เป็นมิตร		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ใช้แล้วมาทำเป็นรองเท้าอาจต้องใช้กระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและต้องการฝีมือ ทำให้ใช้เวลานานและต้นทุนในการผลิตสูงกว่าเมื่อเทียบกับรองเท้าที่ผลิตจากวัสดุใหม่ที่ทำหาได้ง่าย ต้นทุนวัตถุดิบสูง: หากต้องการใช้ยีนส์ที่ยังมีคุณภาพดีเพื่อผลิตรองเท้า ต้นทุนของวัตถุดิบอาจสูง เนื่องจากการหาทางเกงยีนส์ที่ยังมีสภาพดีหรือใช้วัสดุอื่นๆเพิ่มเติมในการผลิต ทำให้ราคาขายรองเท้าอาจสูงกว่าที่ลูกค้ายอมรับได้ ๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: ผลิตภัณฑ์รองเท้าจากทางเกงยีนส์อาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ ทำให้สินค้าไม่สามารถสร้างความแตกต่างในตลาดหรือดึงดูดลูกค้าได้เพียงพอ การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์อาจยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น เช่น กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบแฟชั่น	กับโลก ขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์: ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดียในการโปรโมตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น รวมถึงการทำตลาดผ่านกลุ่มผู้ที่สนใจแฟชั่น แนวรักษ์โลกและงานฝีมือ ๕. การแก้ไขปัญหาด้านการใช้งานจริง พัฒนารองเท้าที่สวมใส่สบายและง่ายต่อการดูแลรักษา: พัฒนาเทคโนโลยีในการทำรองเท้าให้สามารถระบายอากาศได้ดีและทำความสะอาดง่าย เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกสบายเมื่อสวมใส่และง่ายต่อการดูแลรักษา ปรับปรุงดีไซน์รองเท้าให้เหมาะกับการใช้งานจริง: ออกแบบรองเท้าให้เหมาะกับการใช้งานในสภาพอากาศต่างๆ และเหมาะสำหรับการสวมใส่ในชีวิตประจำวัน เช่น การเสริมความหนาของพื้นรองเท้าให้รองรับน้ำหนักและลดแรงกระแทก		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		แนวรักษ์โลกหรืองานฝีมือ ทำให้ตลาดรองรับที่ยั่งยืนจำกัดอยู่ในวงเล็กๆ และไม่สามารถขยายการขายได้มากนัก											
	๑๓. เครื่องปั้นเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพและความคงทนของผลิตภัณฑ์ ความเปราะบางและแตกหักง่าย: เครื่องปั้นเบญจรงค์มักเป็นงานเซรามิกที่มีความสวยงามและละเอียดอ่อน แต่ก็มี ความเปราะบางและแตกหักง่าย ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ในการขนส่งและการใช้งานจริง โดยเฉพาะในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ถูกนำไปใช้งานในครัวเรือนหรือการจัดแสดง การเสื่อมสภาพของสีและลวดลาย: สีและลวดลายที่ใช้ในการตกแต่งเครื่องปั้นเบญจรงค์อาจซีดจางลงเมื่อเวลาผ่านไป หรือหลังการใช้งานจริง โดยเฉพาะหากมีการล้างด้วยน้ำหรือการสัมผัสกับ	๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้ทนทานขึ้น: ใช้เทคโนโลยีในการผลิตเซรามิกที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มความคงทนของเครื่องปั้นเบญจรงค์ โดยเฉพาะการทนต่อแรงกระแทกและความร้อน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน ใช้เทคนิคการเคลือบสีที่คงทน: พัฒนาวิธีการเคลือบสีหรือลวดลายเบญจรงค์ให้สามารถทนต่อการใช้งานจริงได้ยาวนานยิ่งขึ้น เช่น การทนทานต่อน้ำและความร้อน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ยังคงความสวยงามแม้ใช้งานไปนานๆ ๒. การลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต พัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น: ใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือที่ช่วยลดขั้นตอนการผลิต โดยไม่ลดทอนคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อควบคุมต้นทุนการผลิตให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ สร้างเครือข่ายในการจัดหาวัตถุดิบ: จัดหาวัตถุดิบจากแหล่งที่มีคุณภาพและสามารถควบคุมต้นทุนได้ เพื่อให้กระบวนการผลิตมีความต่อเนื่องและคงต้นทุนที่สมเหตุสมผล ๓.	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๑๗๔,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๒๓๒,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๓๓.๖๒</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๑๗๔,๐๐๐	หลังพัฒนา	๒๓๒,๕๐๐	ร้อยละ	๓๓.๖๒	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๑๗๔,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๒๓๒,๕๐๐												
ร้อยละ	๓๓.๖๒												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ความร้อน ๒. ปัญหาด้าน ต้นทุนการผลิตและราคา ต้นทุนการผลิตสูง: กระบวนการผลิตเครื่องปั้น เบญจรงค์ต้องใช้ทักษะฝีมือที่ ละเอียดและต้องการวัสดุ คุณภาพสูง ซึ่งทำให้ต้นทุนการ ผลิตสูง ส่งผลให้ราคาจำหน่าย สูงเช่นกัน ทำให้ยากต่อการ แข่งขันในตลาดที่มีผลิตภัณฑ์ ราคาถูกกว่า ความยากในการ จัดหาวัตถุดิบ: วัตถุดิบในการ ผลิตเครื่องปั้นเบญจรงค์ เช่น เซรามิกหรือสีที่ใช้ในการวาด ลวดลาย อาจต้องนำเข้าหรือมี ราคาสูง ซึ่งส่งผลให้ กระบวนการผลิตมีต้นทุนที่ เพิ่มขึ้น ๓. ปัญหาด้านการ ออกแบบและความต้องการ ของตลาด ลวดลายดั้งเดิมที่ไม่ ตอบสนองความต้องการใน ปัจจุบัน: ลวดลายเบญจรงค์ ดั้งเดิมมักมีความซับซ้อนและ สวยงาม แต่ในบางกรณีอาจไม่ เข้ากับสไตล์การตกแต่งบ้าน หรือการใช้งานใน ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค	การพัฒนาการออกแบบที่ตอบสนองต่อ ความต้องการของตลาด ออกแบบ ลวดลายที่ร่วมสมัยและเป็นเอกลักษณ์: ผสมผสานลวดลายเบญจรงค์แบบดั้งเดิม กับการออกแบบสมัยใหม่ที่เข้ากับการ ตกแต่งบ้านหรือการใช้งานใน ชีวิตประจำวัน เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ารุ่นใหม่ ที่ต้องการสินค้าที่มีดีไซน์สวยงามแต่เรียบ ง่ายและใช้งานได้จริง สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ใช้ประโยชน์ได้ หลากหลาย: พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถ ใช้งานได้หลากหลาย เช่น การออกแบบ เป็นชุดถ้วย จาน หรือเครื่องใช้ในครัวที่มี ลวดลายเบญจรงค์ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และเพิ่มช่องทางการใช้งานใน ชีวิตประจำวัน ๔. การสร้างแบรนด์และ ขยายตลาด สร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์ และชัดเจน: พัฒนาแบรนด์เครื่องปั้น เบญจรงค์จังหวัดปทุมธานีให้มีเอกลักษณ์ ที่โดดเด่น โดยเน้นความเป็นงานหัตถศิลป์ ที่มีคุณค่าและประวัติศาสตร์ เพื่อสร้าง ความจดจำและดึงดูดลูกค้าที่ชื่นชอบงาน ศิลปะพื้นบ้าน ขยายตลาดออนไลน์: ใช้สื่อ ออนไลน์และแพลตฟอร์ม e-commerce เพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ หลากหลายมากขึ้น รวมถึงการใช้โซเชียล มีเดียในการโปรโมตผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ใหม่ที่ต้องการความเรียบง่าย และร่วมสมัยมากกว่า การขาดนวัตกรรมในการออกแบบ: แม้เครื่องปั้นเบญจรงค์จะเป็นผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ที่มีคุณค่า แต่การขาดนวัตกรรมหรือลวดลายใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ตลาดในปัจจุบันอาจทำให้ผลิตภัณฑ์สูญเสียความนิยม และไม่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่ทันสมัยได้ ๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: เครื่องปั้นเบญจรงค์จากจังหวัดปทุมธานีอาจยังไม่มี การสร้างแบรนด์ที่โดดเด่น และชัดเจนเพียงพอ ทำให้สินค้าขาดความจดจำในตลาด และไม่สามารถสร้างความแตกต่างจากเครื่องปั้นเบญจรงค์ที่ผลิตจากพื้นที่อื่นๆ การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นเบญจรงค์อาจยังไม่สามารถเข้าถึงตลาดที่กว้างขวางได้ โดยเฉพาะตลาดที่มีศักยภาพสูง เช่น กลุ่ม	รู้จักในวงกว้าง ๕. การแข่งขันในตลาด และการสร้างความแตกต่าง โปรโมตความเป็นงานหัตถศิลป์ที่มีเอกลักษณ์: เน้นคุณค่าของเครื่องปั้นเบญจรงค์ในฐานะงานฝีมือที่มีความละเอียดอ่อนและความพิถีพิถันในการผลิต เพื่อดึงดูดลูกค้าที่ต้องการสินค้าคุณภาพสูงและมีคุณค่าทางศิลปะ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและงานแสดงสินค้า: เข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม หรือการจัดงานนิทรรศการศิลปะเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในกลุ่มลูกค้าที่สนใจงานศิลปะพื้นบ้าน		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)		ประเภท โครงการ*
		นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า ต่างประเทศที่ชื่นชอบงาน ศิลปะพื้นบ้าน ๕. ปัญหาด้าน การแข่งขันในตลาด การ แข่งขันกับสินค้าทั่วไปที่ผลิต จากเครื่องจักร: เครื่องปั้น เบญจรงค์เป็นสินค้าที่ผลิตด้วย มือและใช้เวลาในการผลิตนาน ทำให้ต้องมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ ผลิตจากเครื่องจักรและมี ต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ส่งผลให้ ยากต่อการแข่งขันในตลาดที่ ผู้บริโภคมองหาสินค้าราคา ย่อมเยา ความนิยมในสินค้าที่ ทันสมัย: ปัจจุบันผู้บริโภคบาง กลุ่มอาจหันไปเลือกซื้อสินค้าที่ มีดีไซน์ทันสมัยหรือมีฟังก์ชัน การใช้งานที่หลากหลายกว่า ซึ่งทำให้เครื่องปั้นเบญจรงค์ที่ เน้นความสวยงามและงาน ศิลป์เป็นหลัก อาจไม่เป็นที่ ต้องการในบางกลุ่มลูกค้า				
	๑๔. ผ้าเขียนลาย จังหวัดปทุมธานี	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าเขียน ลาย สามารถแบ่งออกได้เป็น หลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ ความไม่สม่ำเสมอ	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ใช้สีและ วัตถุดิบที่มีคุณภาพ: คัดเลือกสีย้อมที่มี คุณภาพสูงและทนทาน เพื่อให้สีติดทน นานไม่ซีดจาง รวมถึงการใช้วัตถุดิบในการ		รายได้ทั้งหมด ก่อนพัฒนา ๕๘๖,๑๙๒ หลังพัฒนา ๑,๓๖๐,๕๐๐ ร้อยละ ๑๓๒.๐๙	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ของลวดลายและสี: ผ้าเขียนลายมักมีความแตกต่างในคุณภาพของลายที่เขียนและการย้อมสี เนื่องจากเป็นงานที่ใช้ฝีมือ ซึ่งอาจทำให้ลายและสีที่ได้ไม่สม่ำเสมอกันระหว่างผืนหนึ่งกับอีกผืน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่แตกต่างกัน ความทนทานของสีและลวดลาย: ปัญหาเรื่องสีซีดจางหรือสีตกหลังจากการซักหรือใช้งานเป็นอีกหนึ่งปัญหาสำคัญ ผ้าเขียนลายบางชนิดอาจใช้สีย้อมที่ไม่ได้คุณภาพ ทำให้สีไม่ติดทนทาน ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ๒. ปัญหาด้านต้นทุนและกระบวนการผลิต ต้นทุนการผลิตสูง: การผลิตผ้าเขียนลายต้องอาศัยแรงงานที่มีความชำนาญและใช้เวลามาก ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง ซึ่งทำให้ราคาสินค้าสูงตามไปด้วย จึงเป็นเรื่องยากในการแข่งขันกับสินค้าที่ผลิตด้วยกระบวนการอุตสาหกรรมที่ใช้ต้นทุนต่ำกว่า การพึ่งพาทักษะของช่างฝีมือ:	ทำผ้าที่มีคุณภาพดี เพื่อเพิ่มความทนทานและความสม่ำเสมอของลาย พัฒนาทักษะช่างฝีมือ: จัดอบรมหรือฝึกฝนช่างฝีมือให้มีทักษะในการเขียนลายและย้อมผ้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและให้ได้คุณภาพที่สม่ำเสมอมากขึ้น ๒. ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เพิ่มเทคโนโลยีเข้าช่วยในกระบวนการผลิต: นำเทคโนโลยีการพิมพ์หรือการย้อมเข้ามาช่วยในบางขั้นตอน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนในระยะยาว ขยายเครือข่ายช่างฝีมือ: ส่งเสริมการฝึกฝนและสร้างเครือข่ายช่างฝีมือในท้องถิ่น เพื่อลดการพึ่งพาช่างฝีมือในพื้นที่เดียว และขยายการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาด ๓. การออกแบบและการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาลวดลายให้ทันสมัย: ควบคู่กับความต้องการของตลาดและปรับเปลี่ยนลวดลายให้สอดคล้องกับเทรนด์และรสนิยมของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน เช่น การออกแบบลายที่ผสมผสานความเป็นดั้งเดิมและความร่วมสมัย สร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย: พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากผ้าเขียนลาย เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า หรือของใช้ในบ้าน เพื่อให้ผ้าเขียนลายมีการใช้	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		เนื่องจากการเขียนลายบนผ้าต้องใช้ช่างฝีมือที่มีความชำนาญเฉพาะ หากขาดช่างฝีมือหรือมีการฝึกฝนไม่เพียงพอ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ก็อาจไม่ดีพอ นอกจากนี้ยังส่งผลให้กระบวนการผลิตช้าลงเมื่อมีช่างฝีมือไม่เพียงพอ ๓. ปัญหาด้านการออกแบบและความต้องการของตลาด การออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับเทรนด์ตลาด: ลวดลายหรือดีไซน์บนผ้าเขียนลายอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ไม่สามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่ทันสมัยหรือเป็นที่นิยมในปัจจุบัน การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์ผ้าเขียนลายอาจยังไม่ได้รับการโปรโมตหรือทำการตลาดในกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวาง เช่น ตลาดต่างประเทศ หรือกลุ่มลูกค้าที่มองหาผลิตภัณฑ์งานฝีมือคุณภาพสูง	งานที่หลากหลายมากขึ้นและสามารถขยายกลุ่มลูกค้าได้ ๔. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์: พัฒนาแบรนด์ที่สะท้อนถึงคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าเขียนลาย พร้อมกับการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เกี่ยวกับกระบวนการผลิตที่เป็นงานฝีมือและแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ใช้การตลาดออนไลน์: ขยายการเข้าถึงลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ขายสินค้า โซเชียลมีเดีย หรือการทำการตลาดผ่านผู้มีอิทธิพล (Influencers) เพื่อเพิ่มการรับรู้และสร้างยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าเขียนลาย การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จะช่วยให้ผ้าเขียนลายสามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น เพิ่มคุณภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และสร้างโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: ผ้าเขียนลายอาจยังไม่ได้รับการพัฒนาแบรนด์ให้มีความชัดเจนและโดดเด่นในตลาด ทำให้สินค้าขาดการจดจำและไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจให้กับกลุ่มลูกค้า การใช้ช่องทางการตลาดที่จำกัด: ผ้าเขียนลายอาจพึ่งพาตลาดเฉพาะกลุ่ม หรือมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางดั้งเดิม ซึ่งอาจไม่เพียงพอในการขยายฐานลูกค้า การขาดการตลาดออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้นส่งผลให้การเติบโตของยอดขายช้า		 									
	๑๕. กล้ายหอมปทุมรัตน์ จังหวัดปทุมธานี	๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความสม่ำเสมอในรสชาติและเนื้อสัมผัส: กล้ายหอมตอบกรอบอาจมีความแตกต่างในด้านความกรอบและรสชาติ ซึ่งอาจเกิดจากกระบวนการผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ โดยบางครั้งอาจมีการทอดนานเกินไปหรือสั้น	ปัญหาของผลิตภัณฑ์กล้ายหอมตอบกรอบปทุมรัตน์ สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความสม่ำเสมอในรสชาติและเนื้อสัมผัส: กล้ายหอมตอบกรอบอาจมีความแตกต่างในด้านความกรอบและรสชาติ ซึ่งอาจเกิดจากกระบวนการผลิตที่ไม่สม่ำเสมอ โดยบางครั้งอาจมีการทอดนานเกินไปหรือสั้น	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๒๒,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๔๘,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๑๒๐.๔๕</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๒๒,๐๐๐	หลังพัฒนา	๔๘,๕๐๐	ร้อยละ	๑๒๐.๔๕	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๒๒,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๔๘,๕๐๐												
ร้อยละ	๑๒๐.๔๕												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		เกินไป ทำให้ความกรอบและรสชาติไม่คงที่ คุณภาพวัตถุดิบ: คุณภาพของกล้วยที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาจไม่สม่ำเสมอ หากกล้วยที่นำมาใช้มีคุณภาพที่ต่างกัน เช่น ความสุกไม่เท่ากัน อาจส่งผลต่อรสชาติและความกรอบของผลิตภัณฑ์ ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษาความกรอบของผลิตภัณฑ์: บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถป้องกันความชื้นได้ดี อาจทำให้กล้วยทอดกรอบสูญเสียความกรอบและรสชาติระหว่างการขนส่งหรือการจัดเก็บ บรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจผู้บริโภค: แม้ผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพดี แต่หากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถสร้างความดึงดูดต่อผู้บริโภคได้ อาจทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าลดลง โดยเฉพาะในตลาดระดับพรีเมียมหรือกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของสินค้า	เกินไป ทำให้ความกรอบและรสชาติไม่คงที่ คุณภาพวัตถุดิบ: คุณภาพของกล้วยที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาจไม่สม่ำเสมอ หากกล้วยที่นำมาใช้มีคุณภาพที่ต่างกัน เช่น ความสุกไม่เท่ากัน อาจส่งผลต่อรสชาติและความกรอบของผลิตภัณฑ์ ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษาความกรอบของผลิตภัณฑ์: บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถป้องกันความชื้นได้ดี อาจทำให้กล้วยทอดกรอบสูญเสียความกรอบและรสชาติระหว่างการขนส่งหรือการจัดเก็บ บรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจผู้บริโภค: แม้ผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพดี แต่หากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถสร้างความดึงดูดต่อผู้บริโภคได้ อาจทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าลดลง โดยเฉพาะในตลาดระดับพรีเมียมหรือกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของสินค้า ๓. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: ผลิตภัณฑ์กล้วยทอดกรอบอาจยังไม่มีสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ซึ่งส่งผลต่อการจดจำในตลาด ผู้บริโภคอาจไม่สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่เห็นความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในตลาด การเข้าถึงตลาด: การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาจ	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		๓. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: ผลิตรถยนต์กล้วยทอดกรอบอาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ซึ่งส่งผลต่อการจดจำในตลาด ผู้บริโภคอาจไม่สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่เห็นความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งในตลาด การเข้าถึงตลาด: การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาจยังจำกัดอยู่ในวงแคบ และยังขาดการขยายช่องทางการตลาดออนไลน์หรือการเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ตลาดต่างประเทศ ๔. ปัญหาด้านการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย: กล้วยทอดกรอบที่มีเพียงรสชาติเดียวอาจไม่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการความแปลกใหม่หรือรสชาติที่หลากหลายได้ การไม่พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถขยายฐานลูกค้าได้อย่างเต็มที่	ยังจำกัดอยู่ในวงแคบ และยังขาดการขยายช่องทางการตลาดออนไลน์หรือการเข้าสู่ตลาดใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น ตลาดต่างประเทศ ๕. ปัญหาด้านการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย: กล้วยทอดกรอบที่มีเพียงรสชาติเดียวอาจไม่สามารถดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการความแปลกใหม่หรือรสชาติที่หลากหลายได้ การไม่พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถขยายฐานลูกค้าได้อย่างเต็มที่ ๑. ปรับปรุงกระบวนการผลิต เพิ่มความสม่ำเสมอของกระบวนการผลิต: พัฒนากระบวนการผลิตให้มีมาตรฐานและใช้เทคโนโลยีที่ช่วยควบคุมอุณหภูมิและเวลาทอดอย่างแม่นยำ เพื่อลดความแตกต่างในรสชาติและความกรอบของผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงคุณภาพวัตถุดิบ: คัดเลือกกล้วยที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและอยู่ในช่วงความสุก		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		การต่อยอดผลิตภัณฑ์: ผลิตภัณฑ์กล้วยทอดกรอบ อาจยังไม่ได้รับการต่อยอดสู่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การ แปรรูปเป็นขนมที่หลากหลาย หรือการออกผลิตภัณฑ์เสริม สุขภาพที่เน้นคุณค่าทาง โภชนาการ	ที่เหมาะสม เพื่อลดความแตกต่างใน รสชาติและความกรอบ ๒. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ สามารถรักษาความกรอบ: ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ มีคุณสมบัติป้องกันความชื้นได้ดี เช่น ถุง สุญญากาศ หรือบรรจุภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยี ป้องกันการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิและ ความชื้น เพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้นานขึ้น ปรับปรุงการออกแบบบรรจุ ภัณฑ์: ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความ น่าสนใจและสะดุดตา โดยคำนึงถึงความ เรียบง่ายและคุณภาพระดับพรีเมียม เพื่อ ดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับ ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ๓. การตลาดและการสร้างแบรนด์ สร้าง แบรนด์ที่ชัดเจน: พัฒนากลยุทธ์การสร้าง แบรนด์ที่เน้นคุณภาพ ความเป็น เอกลักษณ์ และการเล่าเรื่อง (Storytelling) เกี่ยวกับกระบวนการผลิต และแหล่งที่มาของวัตถุดิบ เพื่อสร้างการ จดจำในกลุ่มผู้บริโภค ขยายช่องทาง การตลาด: ใช้โซเชียลมีเดียและ แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee หรือ Lazada เพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ใหม่ๆ และสำรวจตลาดส่งออก ต่างประเทศ		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
			๔. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพิ่มความหลากหลายของรสชาติ: พัฒนารสชาติใหม่ๆ เช่น รสเผ็ด รสซ็อกโกแลต หรือรสชาติอื่นๆ ที่ได้รับความนิยม เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ต่อยอดผลิตภัณฑ์: คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากกล้วยทอดกรอบ เช่น ขนมขบเคี้ยวที่มีการผสมผสานระหว่างกล้วยกับวัตถุดิบอื่นๆ หรือผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพที่เน้นคุณค่าทางโภชนาการ การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์กล้วยทอดกรอบ หอม ปทุมรัตน์ สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และขยายฐานลูกค้าได้มากขึ้น										
	๑๖. ถ่านอัดแท่งจังหวัดสระแก้ว	ปัญหาที่พบในกระบวนการผลิตถ่านอัดแท่งที่โรงเรียนในพื้นที่จังหวัดสระแก้ว คือ โรงอบและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตถ่านอัดแท่ง รวมถึงโรงอาคารสำหรับจัดเก็บวัตถุดิบมีข้อจำกัดในการทำงาน โดยเฉพาะในช่วงหน้าฝนที่ไม่สามารถใช้งานโรงอบได้ในเวลาากลางคืน ทำให้กระบวนการอบแห้งถ่านใช้เวลานานและส่งผลกระทบต่ออัตรา	แนวทางแก้ไข: ปรับปรุงโรงอบและอุปกรณ์: ควรมีการพัฒนาโรงอบและอุปกรณ์ที่สามารถใช้งานได้ในทุกสภาพอากาศ และเพิ่มความสามารถในการผลิตถ่านอัดแท่งในเวลาากลางคืนและในช่วงฤดูฝน การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ: ส่งเสริมการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตถ่านอัดแท่ง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและสม่ำเสมอ การต่อยอดผลิตภัณฑ์: พัฒนารสชาติจากถ่านอัดแท่งให้มีมูลค่าสูงขึ้น เช่น ถ่านที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานเฉพาะทางหรือถ่านที่	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๔๒,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๖๘,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๖๓.๑๐</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๔๒,๐๐๐	หลังพัฒนา	๖๘,๕๐๐	ร้อยละ	๖๓.๑๐	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๔๒,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๖๘,๕๐๐												
ร้อยละ	๖๓.๑๐												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		การผลิตที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ซึ่งขาดความต่อเนื่องในการส่งผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้ ยังพบปัญหาคุณภาพของวัตถุดิบที่ยังไม่สม่ำเสมอ ส่งผลต่อคุณภาพและประสิทธิภาพของถ่านอัดแท่งที่ผลิตขึ้น ซึ่งไม่สามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงได้ นอกจากนี้ยังขาดการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ขายวัตถุดิบและผู้รับซื้อ ทำให้เศรษฐกิจในพื้นที่จังหวัดสระแก้วไม่ได้รับการส่งเสริมอย่างเต็มที่	เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตและผู้รับซื้อ: ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ผลิตถ่านอัดแท่งและผู้ขายวัตถุดิบ รวมถึงการสร้างเครือข่ายกับผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่น	 									
	๑๗. เมล่อนและเห็ดนางฟ้าภูฐาน จังหวัดสระแก้ว	ส่วนนิโยเป็นแหล่งผลิตเมล่อนและเห็ดหลากหลายชนิด เช่น เห็ดโคนญี่ปุ่นและเห็ดนางฟ้า ซึ่งเกษตรกรในพื้นที่มีทักษะในการเพาะปลูกเป็นอย่างดี แต่พบปัญหาด้านการควบคุมปริมาณการผลิต โดยเฉพาะการคาดการณ์การเจริญเติบโตและการออกดอกของเห็ดที่ไม่สามารถทำได้แม่นยำ ส่งผลให้การผลิตมีปริมาณเห็ดมาก	แนวทางการแก้ไขปัญหาสำหรับการผลิตเห็ดในส่วนนิโย สามารถดำเนินการในหลายด้าน ดังนี้: ๑. การพัฒนากระบวนการแปรรูปเห็ด ยืดอายุการเก็บรักษาเห็ด: พัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาเห็ด เช่น การอบแห้ง การแช่แข็ง หรือการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาได้นาน เช่น ผงเห็ด ซอสเห็ด หรือผลิตภัณฑ์พร้อมปรุง ซึ่งจะช่วยให้สามารถเก็บเห็ดไว้ในช่วงที่ตลาดมีความต้องการน้อย และนำ	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๓๑,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๕๒,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๖๙.๓๕</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๓๑,๐๐๐	หลังพัฒนา	๕๒,๕๐๐	ร้อยละ	๖๙.๓๕	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๓๑,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๕๒,๕๐๐												
ร้อยละ	๖๙.๓๕												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		เกินไปในบางช่วงเวลา ทำให้เกิดปัญหาสินค้าคงเหลือในสต็อกมากเกินไปความต้องการของตลาด ดังนั้น จึงมีความจำเป็นในการหาวิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยเน้นไปที่การพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการแปรรูปเห็ดเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ซึ่งจะช่วยให้เห็ดสามารถถูกเก็บไว้นานขึ้น และสามารถนำไปจำหน่ายได้ในช่วงที่ตลาดมีความต้องการต่ำหรือขาดแคลน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เห็ด นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาวิธีการแปรรูปเห็ดจากเห็ดที่ไม่ได้คุณภาพหรือเหลือทิ้งให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ขนมหุ้นเส้นเห็ด ซึ่งจะช่วยลดของเสียและเพิ่มรายได้จากเศษวัตถุดิบที่เหลือ โดยการส่งเสริมการตลาดผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การทำการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ จะเป็นกลยุทธ์สำคัญในการทำให้ผลิตภัณฑ์จากเห็ดได้รับความ	ออกจำหน่ายเมื่อความต้องการเพิ่มขึ้นแปรรูปเห็ดที่ไม่ได้คุณภาพหรือเหลือทิ้ง: พัฒนาเทคโนโลยีหรือกระบวนการแปรรูปเห็ดที่ไม่ได้คุณภาพหรือเหลือทิ้งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ขนมหุ้นเส้นเห็ด หรือผลิตภัณฑ์อาหารอื่นๆ ที่เพิ่มมูลค่า ซึ่งจะช่วยลดของเสียจากการผลิตและสร้างรายได้จากเศษวัตถุดิบ ๒. การควบคุมปริมาณการผลิต พัฒนาระบบการควบคุมการผลิต: ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมทางการเกษตร เช่น ระบบควบคุมสภาพแวดล้อมในโรงเพาะเห็ด เพื่อปรับสภาพอุณหภูมิและความชื้นให้เหมาะสมกับการเจริญเติบโตของเห็ด ทำให้สามารถคาดการณ์ปริมาณการผลิตได้แม่นยำยิ่งขึ้นและลดปริมาณสินค้าคงคลังที่ไม่จำเป็น วางแผนการผลิตตามความต้องการของตลาด: การสำรวจตลาดเพื่อทราบช่วงเวลาที่ตลาดมีความต้องการสูงและต่ำ จะช่วยให้สามารถปรับปริมาณการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ช่วยลดปัญหาสินค้าล้นสต็อก ๓. การส่งเสริมการตลาด การทำการตลาดออนไลน์: ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อิน스타그램 และดีกิต็อก เพื่อโปรโมตผลิตภัณฑ์เห็ดแปรรูป สร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอการทำอาหารจาก	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		สนใจและขยายฐานลูกค้าในวงกว้าง	เห็ด หรือการนำเสนอคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย การทำตลาดออฟไลน์: เข้าร่วมงานแสดงสินค้าทางเกษตร งานออกร้าน และจัดกิจกรรมสาธิตการทำอาหารจากเห็ด เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ สร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: พัฒนาแบรนด์ที่สื่อถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และวิธีการผลิตที่เป็นธรรมชาติ เพื่อให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างและความพิเศษของเห็ดแปรรูปจากส่วนนิโง ๔. การสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่: นอกจากขนมจีนเส้นเห็ด ควรพิจารณาพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากเห็ด เช่น เห็ดทอดกรอบ ชุปเห็ด หรืออาหารพร้อมทานที่ทำจากเห็ด ซึ่งจะช่วยขยายตลาดและเพิ่มโอกาสในการขาย การส่งออกผลิตภัณฑ์: ศึกษาตลาดต่างประเทศที่มีความต้องการเห็ดหรือผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ด เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย สรุป แนวทางการแก้ไขปัญหานี้เน้นการปรับปรุงกระบวนการแปรรูปและการจัดการปริมาณการผลิต เพื่อลดปัญหาสินค้าคงคลังและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากเห็ด ควบคู่กับการส่งเสริมการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดย		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
			มุ่งเน้นการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ										
	๑๘. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสมุนไพรทับทิมสยาม ๐๕ จังหวัดสระแก้ว	ทับทิมสยาม ๐๕ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูงเนื่องจากเป็นผลไม้ที่มีความพิเศษในด้านคุณค่าทางโภชนาการและมีความเป็นเอกลักษณ์ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาจเผชิญกับปัญหาหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพและความสม่ำเสมอของผลิตภัณฑ์ • ความแตกต่างในคุณภาพของผลผลิต: ผลไม้ทับทิมสยาม ๐๕ อาจมีความแตกต่างในด้านคุณภาพ เช่น รสชาติ สี หรือความสดใหม่ ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมในการเพาะปลูกและการเก็บเกี่ยวที่ไม่สม่ำเสมอ ทำให้ยากต่อการรักษาความเสถียรในตลาด • ปัญหาการเก็บรักษา: ทับทิมมีความบอบบางและเสี่ยงต่อการเสียหายง่ายหากการเก็บรักษาไม่ดี อาจต้องการเทคโนโลยีในการเก็บรักษาเพื่อ	แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว: - พัฒนาเทคโนโลยีในการเก็บรักษาและปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อรักษาคุณภาพของผลไม้ - ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับการขนส่งและสร้างความดึงดูดในตลาดออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมกับเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับคุณค่าของทับทิมสยาม ๐๕ เพื่อเพิ่มการรับรู้ในกลุ่มลูกค้า - ขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียมด้วยการสร้างแบรนด์ที่เน้นคุณค่าทางโภชนาการและความเป็นเอกลักษณ์	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๙,๖๔๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๑๒,๔๔๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๒๙.๐๕</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๙,๖๔๐	หลังพัฒนา	๑๒,๔๔๐	ร้อยละ	๒๙.๐๕	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๙,๖๔๐												
หลังพัฒนา	๑๒,๔๔๐												
ร้อยละ	๒๙.๐๕												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ยึดอายุการเก็บรักษา ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ • บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมกับการขนส่ง: ทับบิมสยาม ๐๕ อาจต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรองรับการขนส่งได้ดี เนื่องจากความเสี่ยงต่อการกระแทกและการเสียหายระหว่างการขนส่ง ซึ่งหากบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสม อาจทำให้สินค้าชำรุดได้ง่าย • ความสามารถในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูดใจ: บรรจุภัณฑ์ยังต้องสื่อถึงคุณภาพและความพิเศษของทับบิมสยาม ๐๕ ซึ่งอาจยังขาดความดึงดูดในสายตาผู้บริโภค ๓. ปัญหาด้านการเข้าถึงตลาด • การแข่งขันในตลาดผลไม้ระดับพรีเมียม: ทับบิมสยาม ๐๕ ต้องเผชิญกับการแข่งขันจากผลไม้ชนิดอื่นๆ ที่มีคุณภาพสูงและมีการตลาดที่แข็งแกร่ง ซึ่งทำให้ยากในการเจาะกลุ่มลูกค้าพรีเมียม • ขาดการตลาดที่มีประสิทธิภาพ: หากขาด			

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)		ประเภทโครงการ*							
		การตลาดที่ดีทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ จะทำให้การเข้าถึงกลุ่มลูกค้ายาก และไม่สามารถสร้างการจดจำแบรนด์ได้ ๔. ปัญหาด้านการรับรู้ของผู้บริโภค • การรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์: ผู้บริโภคอาจยังไม่รับรู้ถึงคุณค่าและประโยชน์ของทับทิมสยาม ๐๕ ทำให้ไม่สามารถสร้างความสนใจในการซื้อสินค้าได้เพียงพอ จำเป็นต้องมีการส่งเสริมข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการและความพิเศษของผลิตภัณฑ์มากขึ้น											
	๑๙. ไข่เค็มผู้พัน จังหวัดสระแก้ว	จากการสำรวจพบว่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มผู้พัน ซึ่งมีการผลิตต่อเนื่องมายาวนานถึง ๖ ปี มีจุดเด่นที่สำคัญคือการใช้วัตถุดิบจากศูนย์ไข่พื้นบ้าน เช่น ตะไคร้และใบเตย เป็นส่วนประกอบในการหมัก ทำให้ไข่เค็มมีรสชาติที่ไม่เค็มจัด แต่ยังคงความกลมกล่อม ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม	๑. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ • พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการขนย้ายและการจัดเก็บ: ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทนทานต่อแรงกระแทก และป้องกันการเสียหายในระหว่างการขนส่ง รวมถึงมีระบบการซีลหรือปิดผนึกที่ช่วยยืดอายุการเก็บรักษา เช่น การใช้ถุงสุญญากาศหรือบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติกันอากาศเข้า • ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: เพื่อสอดคล้องกับแนวโน้ม	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๔๔,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๖๖,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๕๑.๑๔</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๔๔,๐๐๐	หลังพัฒนา	๖๖,๕๐๐	ร้อยละ	๕๑.๑๔	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๔๔,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๖๖,๕๐๐												
ร้อยละ	๕๑.๑๔												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ผลิตภัณฑ์นี้ยังเผชิญกับปัญหาในด้านบรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถรองรับการขนย้ายและการจัดเก็บในระยะเวลานานได้ ส่งผลให้เกิดความไม่สะดวกในการขนส่งและรักษาคุณภาพสินค้า นอกจากนี้ การส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในตลาดออนไลน์และออฟไลน์ยังไม่เพียงพอ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถแข่งขันได้อย่างเต็มที่ในตลาด จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงทั้งในด้านบรรจุภัณฑ์และการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว	ตลาดที่ให้ความสำคัญกับการลดขยะและการใช้วัสดุรีไซเคิล ควรใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ง่ายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ๒. การพัฒนาภาพลักษณ์และการตลาด - สร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์: ควรปรับปรุงโลโก้และฉลากให้ดูทันสมัย และสื่อถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เช่น การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ การหมักด้วยตะไคร้และใบเตย รวมถึงความอร่อยที่ไม่เค็มจนเกินไป การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ดูน่าสนใจและโดดเด่นในตลาด - การเล่าเรื่อง (Storytelling): สร้างเรื่องราวเกี่ยวกับวิธีการผลิตที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและการดูแลเอาใจใส่ในกระบวนการผลิต เพื่อเชื่อมโยงกับผู้บริโภคที่ชื่นชอบสินค้าจากธรรมชาติและมีความยั่งยืน ๓. การทำตลาดออนไลน์และออฟไลน์ - ขยายการตลาดออนไลน์: ใช้ช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก, ติกต็อก, และอินสตาแกรม ในการโปรโมตผลิตภัณฑ์ เน้นการทำเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอสาธิตการทำอาหารจากไข่เค็มผู้พัน หรือการเล่าเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับแหล่งวัตถุดิบท้องถิ่น	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
			• สร้างร้านค้าออนไลน์: ควรมีการเปิดร้านค้าออนไลน์ทั้งในแพลตฟอร์มหลัก เช่น Shopee หรือ Lazada รวมถึงเว็บไซต์ของตัวเอง เพื่อให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้สะดวกขึ้น • การทำการตลาดออฟไลน์: ควรมีการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารและสินค้าเพื่อสุขภาพเพื่อเพิ่มการรับรู้และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และการส่งเสริมภาพลักษณ์ควบคู่กับการขยายการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มผู้พันธุ์มีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้นและสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายขึ้น										
	๒๐. กล้วยเกลียวทอง จังหวัดสระแก้ว	กล้วยเกลียวทอง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้จากการแปรรูปกล้วยให้เป็นขนมทานเล่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยเกลียวทองอาจเผชิญกับปัญหาหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความไม่สม่ำเสมอของรสชาติและเนื้อสัมผัส: เนื่องจากกระบวนการผลิตที่	แนวทางการแก้ไขปัญหสำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยเกลียวทอง สามารถดำเนินการในแต่ละด้านได้ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ: ควรนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วยในการควบคุมคุณภาพ เช่น การใช้เครื่องจักรที่สามารถควบคุมอุณหภูมิและเวลาการทอดได้อย่างแม่นยำ เพื่อลดความแปรปรวนในเนื้อสัมผัสและรสชาติ อบรมพนักงานเพื่อมาตรฐานการผลิต: จัดอบรมทีมผลิตให้มีความเข้าใจและปฏิบัติตามขั้นตอนมาตรฐานการผลิต	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๑๒๒,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๑๕๖,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๒๘.๒๘</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๑๒๒,๐๐๐	หลังพัฒนา	๑๕๖,๕๐๐	ร้อยละ	๒๘.๒๘	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๑๒๒,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๑๕๖,๕๐๐												
ร้อยละ	๒๘.๒๘												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		อาจไม่ได้มาตรฐานในทุกขั้นตอน ทำให้บางครั้งกล้วยเกลียวทองมีความแตกต่างในรสชาติหรือเนื้อสัมผัส อาจมีความกรอบหรือนิ่มที่ไม่สม่ำเสมอ การควบคุมคุณภาพในการผลิต: การผลิตในปริมาณมากอาจทำให้เกิดปัญหาในการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบหรือขั้นตอนการทอด ทำให้รสชาติของผลิตภัณฑ์ไม่คงที่ ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถรักษาความกรอบได้นาน: กล้วยเกลียวทองมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียความกรอบหากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถปิดกั้นอากาศและความชื้นได้ดี ซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เสียรสชาติ ความไม่พึงพอใจของบรรจุภัณฑ์: บรรจุภัณฑ์อาจยังไม่ดึงดูดใจกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายในตลาดระดับพรีเมียมหรือผู้บริโภคที่มองหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ๓. ปัญหาด้านการตลาดและการรับรู้ของผู้บริโภค การขาดการสร้างแบบ	(Standard Operating Procedures - SOPs) เพื่อให้ทุกขั้นตอนการผลิตมีคุณภาพที่คงที่ ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาความกรอบได้ยาวนาน: ใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศ เช่น บรรจุภัณฑ์แบบถุงสุญญากาศ หรือใช้วัสดุที่มีเทคโนโลยีช่วยยืดอายุการเก็บรักษา ซึ่งจะช่วยรักษาความกรอบของผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น ปรับดีไซน์บรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูด: ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย เรียบหรู และดึงดูดสายตาผู้บริโภค โดยเฉพาะในตลาดระดับพรีเมียมและกลุ่มที่เน้นสุขภาพ เช่น การใช้โทนสีที่สะอาดและภาพลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นธรรมชาติ ๓. ปัญหาด้านการตลาดและการรับรู้ของผู้บริโภค สร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: การสร้างแบรนด์ควรเน้นที่ความเป็นเอกลักษณ์ของกล้วยเกลียวทอง โดยเล่าเรื่องราวของแหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิตที่ใส่ใจ รวมถึงคุณค่าทางสุขภาพ เพื่อสร้างการจดจำและเชื่อมโยงกับผู้บริโภคได้ดีขึ้น ขยายการทำการตลาดออนไลน์: ใช้โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก, อิน스타그램 และติ๊กต็อก ในการสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจ เช่น วิดีโอแนะนำขั้นตอนการทำกล้วยเกลียวทอง การสาธิต	   	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		รณรงค์: กลัวภัยเกลียดของอาจยัง ไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ทำให้ขาดการจดจำในตลาด และไม่สามารถสร้าง ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นได้ การ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่: ขาด กลยุทธ์การทำการตลาดที่ เข้มข้นและการเจาะตลาด ผ่านช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้ เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ได้น้อย และขาดการส่งเสริมการขาย อย่างต่อเนื่อง การแข่งขันใน ตลาดขนมทานเล่น: ตลาดขนม ทานเล่นมีความแข่งขันสูงมาก การที่ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถ แยกตัวจากคู่แข่งได้อาจทำให้ ยากต่อการเติบโตในตลาด ๔. ปัญหาด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ การขาด นวัตกรรมในผลิตภัณฑ์: กลัว ภัยเกลียดของอาจยังไม่มีการ พัฒนารูปแบบใหม่ๆ หรือ รสชาติที่แตกต่างเพื่อ ตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าที่มองหาสินค้าที่มีความ หลากหลาย ข้อจำกัดในการ ผลิตในปริมาณมาก: อาจมี	การรับประกัน หรือการเน้นคุณค่าของ สินค้าผ่านเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ จัด โปรโมชั่นและกิจกรรมการตลาด: เพิ่มการ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ โดยการจัด กิจกรรมส่งเสริมการขายทั้งออนไลน์และ ออฟไลน์ เช่น การแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ การร่วมมือกับผู้มีอิทธิพลในโซเชียลมีเดีย (Influencers) เพื่อรีวิวสินค้า ๔. ปัญหา ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนา ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่: ควรพิจารณาเพิ่ม นวัตกรรมในด้านรสชาติหรือรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ เช่น กลัวภัยเกลียดของรสชาติ ต่างๆ เช่น รสเผ็ด รสซ็อกโกแลต หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกล้วยแบบอบกรอบ เพื่อเน้นกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ ขยายกำลัง การผลิต: ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีหรือ เครื่องจักรที่สามารถผลิตได้ในปริมาณมาก แต่ยังคงรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ สม่ำเสมอ สรุป การแก้ไขปัญหาของกลัว ภัยเกลียดของควรเน้นไปที่การปรับปรุง กระบวนการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการทำการตลาดที่ทันสมัยและมี ประสิทธิภาพ พร้อมทั้งเพิ่มนวัตกรรมใน ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความหลากหลายและ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ทั้งนี้การสร้าง แบรนด์ที่ชัดเจนและการนำเสนอเรื่องราว		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		ปัญหาในการขยายการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดหากไม่มีการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพและคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์	ที่สื่อถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความจดจำในตลาดที่มีการแข่งขันสูง										
	๒๑. เครื่องหนังบุญเพ็ง จังหวัดสระแก้ว	หนึ่ง ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยนำวัตถุดิบ จากในเครือข่าย อย่างเช่นหญ้าแฝก ผ้าฝ้ายทอมือ ผ้าไหม และผ้าขาวม้า มาพัฒนาให้เป็นรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ ที่ มีการควบคุมโทสนี ง่ายต่อการออกแบบ และเป็นความต้องการของลูกค้า สอง สร้างตัดสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ให้มีความทันสมัย เรียบหรู ให้แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม ๓ ด้านการตลาด ด้วยการยกระดับของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ตราสินค้า ให้มีความโดดเด่นผ่านช่องทางออนไลน์ เฟซบุ๊ก ดิกต็อกและอินสตาแกรม	๑. ด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาวัตถุดิบในเครือข่ายให้มีความยืดหยุ่นในการออกแบบ: วัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น หญ้าแฝก ผ้าฝ้ายทอมือ ผ้าไหม และผ้าขาวม้า ควรถูกปรับแต่งให้เหมาะสมกับการผลิตสินค้าใหม่ๆ ที่ควบคุมโทสนีให้ง่ายต่อการนำไปออกแบบการปรับดีไซน์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า: ควรศึกษาตลาดเพื่อปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและยืดหยุ่น สามารถนำเสนอได้หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ๒. ด้านการพัฒนาแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สร้างดีไซน์ใหม่ที่ทันสมัยและเรียบหรู: การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและแตกต่างจากเดิม โดยเน้นความหรูหราและความเป็นเอกลักษณ์ จะช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๔๓,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๖๓,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๔๗.๖๗</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๔๓,๐๐๐	หลังพัฒนา	๖๓,๕๐๐	ร้อยละ	๔๗.๖๗	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๔๓,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๖๓,๕๐๐												
ร้อยละ	๔๗.๖๗												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
			ผสมผสานความดั้งเดิมและความร่วมสมัย: นำวัตถุดิบท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผสมผสานทั้งความเป็นดั้งเดิมและความทันสมัย เพื่อให้ตรงตามรสนิยมของกลุ่มลูกค้าสมัยใหม่ ๓. ด้านการตลาด การยกระดับแบรนด์ด้วยเรื่องราว: การเล่าเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับวัตถุดิบท้องถิ่นและกระบวนการผลิตจะช่วยสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นให้กับตราสินค้า ควรเน้นการสื่อสารเรื่องราวให้ชัดเจนเพื่อเพิ่มการจดจำ การใช้โซเชียลมีเดีย: การโปรโมตผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว โดยควรสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและมีความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและการจดจำแบรนด์ แนวทางแก้ไขปัญหา: การนำแนวทางเหล่านี้ไปปฏิบัติจะช่วยในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในปัจจุบันได้ดีขึ้น อีกทั้งการใช้กลยุทธ์การตลาดที่ทันสมัยผ่านช่องทางออนไลน์จะช่วยเพิ่มการรับรู้และดึงดูดกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
				    	
	๒๒. หมู่กรอบพันธุ่ง จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์หมู่กรอบ ยี่ห้อพันธุ่ง สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความกรอบและรสชาติไม่สม่ำเสมอ: หมู่กรอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความสม่ำเสมอในด้านความกรอบและรสชาติ หากกระบวนการผลิตไม่ได้ควบคุมอย่างดี อาจทำให้บางครั้งหมู่กรอบไม่กรอบนาน หรือรสชาติไม่คงที่ ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถมั่นใจในคุณภาพสินค้าได้ ปัญหาการใช้วัตถุดิบที่ไม่สม่ำเสมอ: วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น เส้นหมี เครื่องปรุง และน้ำมัน หากคุณภาพของวัตถุดิบไม่คงที่ อาจส่งผลกระทบต่อรสชาติและคุณภาพของหมู่กรอบ ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถป้องกันความชื้นได้ดีพอ: หมู่	ปัญหาของผลิตภัณฑ์หมู่กรอบ ยี่ห้อพันธุ่ง สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความกรอบและรสชาติไม่สม่ำเสมอ: หมู่กรอบเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความสม่ำเสมอในด้านความกรอบและรสชาติ หากกระบวนการผลิตไม่ได้ควบคุมอย่างดี อาจทำให้บางครั้งหมู่กรอบไม่กรอบนาน หรือรสชาติไม่คงที่ ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถมั่นใจในคุณภาพสินค้าได้ ปัญหาการใช้วัตถุดิบที่ไม่สม่ำเสมอ: วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น เส้นหมี เครื่องปรุง และน้ำมัน หากคุณภาพของวัตถุดิบไม่คงที่ อาจส่งผลกระทบต่อรสชาติและคุณภาพของหมู่กรอบ ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถป้องกันความชื้นได้ดีพอ: หมู่	   	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		หากคุณภาพของวัตถุดิบไม่คงที่ อาจส่งผลกระทบต่อรสชาติและคุณภาพของหมี่กรอบ ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถป้องกันความชื้นได้ดีพอ: หมี่กรอบมีความไวต่อความชื้น หากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถปิดผนึกได้ดีพอหรือไม่มีคุณสมบัติกันความชื้นที่ดี อาจทำให้หมี่สูญเสียความกรอบได้ง่ายในระหว่างการจัดเก็บหรือขนส่ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดีดังดู: บรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีการออกแบบให้ดึงดูดใจลูกค้า อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ดูไม่น่าสนใจเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งในตลาด ๓. ปัญหาด้านการตลาด การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพดี แต่หากการตลาดไม่ได้มีการโปรโมตหรือเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในวงกว้าง การขยายตลาดจะเป็นไปได้ยาก การขาดกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์: หมี่กรอบยี่ห้อพันธุอาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ทำให้ขาดความโดดเด่นและการจดจำในตลาด ๔. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้าไม่ครอบคลุม: การจัดจำหน่ายที่ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่หรือไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพได้ดีพอ อาจทำให้ยอดขายไม่เพิ่มขึ้นตามที่คาดหวัง การจัดเก็บและขนส่งที่ไม่ได้มาตรฐาน: หากการจัดเก็บและขนส่งหมี่กรอบไม่เป็นไปตามมาตรฐาน เช่น การจัดเก็บในที่ที่มีความชื้น อาจทำให้หมี่สูญเสียคุณภาพระหว่างขนส่ง	กรอบมีความไวต่อความชื้น หากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถปิดผนึกได้ดีพอหรือไม่มีคุณสมบัติกันความชื้นที่ดี อาจทำให้หมี่สูญเสียความกรอบได้ง่ายในระหว่างการจัดเก็บหรือขนส่ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดีดังดู: บรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีการออกแบบให้ดึงดูดใจลูกค้า อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ดูไม่น่าสนใจเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่งในตลาด ๓. ปัญหาด้านการตลาด การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพดี แต่หากการตลาดไม่ได้มีการโปรโมตหรือเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในวงกว้าง การขยายตลาดจะเป็นไปได้ยาก การขาดกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์: หมี่กรอบยี่ห้อพันธุอาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ทำให้ขาดความโดดเด่นและการจดจำในตลาด ๔. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้าไม่ครอบคลุม: การจัดจำหน่ายที่ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่หรือไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพได้ดีพอ อาจทำให้ยอดขายไม่เพิ่มขึ้นตามที่คาดหวัง การจัดเก็บและขนส่งที่ไม่ได้มาตรฐาน: หากการจัดเก็บและขนส่งหมี่กรอบไม่เป็นไปตามมาตรฐาน เช่น การจัดเก็บในที่ที่มีความชื้น อาจทำให้หมี่สูญเสียคุณภาพระหว่างขนส่ง		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ทำให้ขาดความโดดเด่นและการจดจำในตลาด ๔. ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้าไม่ครอบคลุม: การจัดจำหน่ายที่ไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ หรือไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพได้ดีพอ อาจทำให้ยอดขายไม่เพิ่มขึ้นตามที่คาดหวัง การจัดเก็บและขนส่งที่ไม่ได้มาตรฐาน: หากการจัดเก็บและขนส่งหมีกรอบไม่เป็นไปตามมาตรฐาน เช่น การจัดเก็บในที่ที่มีความชื้น อาจทำให้หมีสูญเสียคุณภาพระหว่างขนส่งและถึงมือลูกค้าในสภาพที่ไม่สมบูรณ์	และถึงมือลูกค้าในสภาพที่ไม่สมบูรณ์ แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พัฒนากระบวนการผลิต: ควรปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สามารถควบคุมความสม่ำเสมอในด้านรสชาติและความกรอบของหมีได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการควบคุมการทอดและการปรุงรส เลือกวัตถุดิบคุณภาพสูง: คัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและผ่านมาตรฐานในการผลิต เพื่อลดความเสี่ยงที่คุณภาพของหมีกรอบจะเปลี่ยนไป ๒. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้ป้องกันความชื้นได้ดี: เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติในการกันความชื้นและอากาศ เพื่อรักษาความกรอบของหมีให้นานยิ่งขึ้น และป้องกันการเสื่อมสภาพระหว่างการขนส่ง ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูด: พัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและสื่อถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูโดดเด่นในสายตาของผู้บริโภค ๓. การขยายช่องทางการตลาด ขยายตลาดออนไลน์: ใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ขายสินค้า แพลตฟอร์ม e-commerce และโซเชียลมีเดีย เพื่อโปร		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
			โมเดลผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายและกว้างขึ้น สร้างกลยุทธ์การตลาดที่ชัดเจน: พัฒนาแผนการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างแบรนด์ สร้างการจดจำและความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ๔. การจัดจำหน่าย ปรับปรุงการกระจายสินค้า: ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยสร้างพันธมิตรทางการค้ากับร้านค้าและตัวแทนจำหน่ายในพื้นที่ใหม่ๆ รวมถึงพัฒนาระบบการขนส่งที่ได้มาตรฐานเพื่อรักษาคุณภาพของหมีกรอบ ใช้การตลาดออฟไลน์: เข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรืออีเวนต์ในพื้นที่ต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มากขึ้น การแก้ไขปัญหามาตามแนวทางเหล่านี้ จะช่วยให้หมีกรอบยี่ห้อพันธุมีคุณภาพที่สม่ำเสมอ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ										
	๒๓. จิเบอรี่หมอนเพื่อสุขภาพ จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์น้ำหมอนเบอรี่ ยี่ห้อจิเบอรี่หมอนเพื่อสุขภาพ อาจเกิดขึ้นได้จากหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพและรสชาติไม่สม่ำเสมอ: น้ำหมอนเบอรี่อาจมีความแตกต่างในด้าน	ปัญหาของผลิตภัณฑ์น้ำหมอนเบอรี่ ยี่ห้อจิเบอรี่หมอนเพื่อสุขภาพ อาจเกิดขึ้นได้จากหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ คุณภาพและรสชาติไม่สม่ำเสมอ: น้ำหมอนเบอรี่อาจมีความแตกต่างในด้านรสชาติและความเข้มข้น ซึ่งอาจเกิดจากการคัดเลือกผลหมอนที่มีความสุกและคุณภาพต่างกัน	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๑๔๓,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๑๖๓,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๑๔.๓๔</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๑๔๓,๐๐๐	หลังพัฒนา	๑๖๓,๕๐๐	ร้อยละ	๑๔.๓๔	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๑๔๓,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๑๖๓,๕๐๐												
ร้อยละ	๑๔.๓๔												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		รสชาติและความเข้มข้น ซึ่งอาจเกิดจากการคัดเลือกผลหม่อนที่มีความสุกและคุณภาพต่างกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่สามารถคาดหวังรสชาติที่แน่นอนในแต่ละครั้ง การใช้วัตถุดิบที่ไม่สม่ำเสมอ: หม่อนที่ใช้ในการผลิตอาจมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ขึ้นอยู่กับฤดูกาลหรือการจัดการในกระบวนการเพาะปลูก ซึ่งส่งผลให้รสชาติของน้ำหม่อนเบอร์รี่มีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละครั้ง ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดึงดูดหรือไม่สามารถป้องกันการเสียหายได้ดี: บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถเก็บรักษาคุณภาพของน้ำหม่อนได้ดีพอ เช่น ไม่สามารถป้องกันการเสื่อมคุณภาพหรือการรั่วซึมในระหว่างการขนส่ง นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดึงดูดสายตาผู้บริโภคอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ดูไม่น่าสนใจเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สะดวกต่อการใช้งาน: หากบรรจุภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเปิดใช้หรือไม่มีการออกแบบที่ทันสมัย อาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการซื้อซ้ำใช้งานและไม่ต้องการซื้อซ้ำ ๓. ปัญหาด้านการตลาด การสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์: น้ำหม่อนเบอร์รี่อาจยังไม่เป็นที่รู้จักหรือจดจำได้ดีในกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและชัดเจนในตลาด การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาจยังอยู่ในวงจำกัด ไม่สามารถ	ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่สามารถคาดหวังรสชาติที่แน่นอนในแต่ละครั้ง การใช้วัตถุดิบที่ไม่สม่ำเสมอ: หม่อนที่ใช้ในการผลิตอาจมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ขึ้นอยู่กับฤดูกาลหรือการจัดการในกระบวนการเพาะปลูก ซึ่งส่งผลให้รสชาติของน้ำหม่อนเบอร์รี่มีการเปลี่ยนแปลงในแต่ละครั้ง ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดึงดูดหรือไม่สามารถป้องกันการเสียหายได้ดี: บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถเก็บรักษาคุณภาพของน้ำหม่อนได้ดีพอ เช่น ไม่สามารถป้องกันการเสื่อมคุณภาพหรือการรั่วซึมในระหว่างการขนส่ง นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดึงดูดสายตาผู้บริโภคอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ดูไม่น่าสนใจเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สะดวกต่อการใช้งาน: หากบรรจุภัณฑ์ไม่สะดวกต่อการเปิดใช้หรือไม่มีการออกแบบที่ทันสมัย อาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการซื้อซ้ำใช้งานและไม่ต้องการซื้อซ้ำ ๓. ปัญหาด้านการตลาด การสร้างการรับรู้และการจดจำแบรนด์: น้ำหม่อนเบอร์รี่อาจยังไม่เป็นที่รู้จักหรือจดจำได้ดีในกลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งและชัดเจนในตลาด การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาจยังอยู่ในวงจำกัด ไม่สามารถ	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ต่อการเปิดใช้หรือไม่มีการ ออกแบบที่ทันสมัย อาจทำให้ ผู้บริโภครู้สึกไม่สะดวกใน การใช้งานและไม่ต้องการซื้อ ซ้ำ ๓. ปัญหาด้านการตลาด การ สร้างการรับรู้และการจดจำแบ รณด์: น้ำหมอนเบอร์รี่อาจยังไม่ เป็นที่รู้จักหรือจดจำได้ดีใน กลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากยังไม่มีการสร้างแบ รณด์ที่แข็งแกร่งและชัดเจนใน ตลาด การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: การจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาจยัง อยู่ในวงจำกัด ไม่สามารถขยาย ตลาดได้มากพอ เช่น การ เข้าถึงตลาดในพื้นที่ ต่างประเทศหรือกลุ่มลูกค้าที่ มองหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะ ๔. ปัญหาด้านการ แข่งขันในตลาด การแข่งขันสูง ในตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ: ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมี การแข่งขันสูง โดยเฉพาะ เครื่องดื่มจากผลไม้หลากหลาย ชนิด การที่น้ำหมอนเบอร์รี่ ไม่ได้มีจุดขายที่ชัดเจน อาจทำ	ขยายตลาดได้มากพอ เช่น การเข้าถึง ตลาดในพื้นที่ต่างประเทศหรือกลุ่มลูกค้าที่ มองหาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโดยเฉพาะ ๔. ปัญหาด้านการแข่งขันในตลาด การ แข่งขันสูงในตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ: ตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะเครื่องดื่มจากผลไม้หลากหลาย ชนิด การที่น้ำหมอนเบอร์รี่ไม่ได้มีจุดขายที่ ชัดเจน อาจทำให้ไม่สามารถแยกตัวจาก ผลิตภัณฑ์คู่แข่งได้ การขาดการโปรโมต ผลิตภัณฑ์: การขาดแผนการตลาดที่มี ประสิทธิภาพในการโปรโมตผลิตภัณฑ์ ทำ ให้ไม่สามารถสร้างการรับรู้หรือกระตุ้น ยอดขายได้ตามเป้าหมาย แนวทางการ แก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ เพิ่มความสม่ำเสมอในการผลิต: คัดเลือกผลหมอนที่มีคุณภาพดีและใช้ มาตรฐานการผลิตที่ควบคุมคุณภาพให้ได้ มาตรฐานเท่ากันในทุกๆ รอบการผลิต เพื่อให้รสชาติและคุณภาพของน้ำหมอน เบอร์รี่คงที่ พัฒนาผลิตภัณฑ์สูตรใหม่: เพิ่มสูตรเครื่องดื่มหมอนที่หลากหลาย เช่น น้ำหมอนผสมกับผลไม้หรือสมุนไพรชนิด อื่นๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่ หลากหลายและช่วยขยายกลุ่มลูกค้า ๒. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ออกแบบบรรจุ ภัณฑ์ใหม่: ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สามารถ		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ให้ไม่สามารถแยกตัวจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งได้ การขาดการโปรโมตผลิตภัณฑ์: การขาดแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการโปรโมตผลิตภัณฑ์ ทำให้ไม่สามารถสร้างการรับรู้หรือกระตุ้นยอดขายได้ตามเป้าหมาย	เก็บรักษาน้ำหม่อนได้ดีขึ้น และออกแบบให้ทันสมัย สวยงาม และสะดวกต่อการใช้งาน โดยคำนึงถึงการดึงดูดใจผู้บริโภคที่เน้นการดูแลสุขภาพ ใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: คัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสอดคล้องกับแนวโน้มตลาดที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม ๓. การตลาดและการสร้างแบรนด์ สร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: พัฒนาแบรนด์ที่เน้นคุณค่าของหม่อนและประโยชน์ต่อสุขภาพอย่างชัดเจน พร้อมกับการเล่าเรื่อง (Storytelling) เพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับผู้บริโภค ขยายการตลาดออนไลน์: ใช้โซเชียลมีเดียและช่องทาง e-commerce ในการโปรโมตผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย และขยายช่องทางการจำหน่ายให้ครอบคลุมมากขึ้น เช่น การเข้าร่วมแพลตฟอร์มซื้อขายออนไลน์และการส่งเสริมการขายผ่านผู้มีอิทธิพลในโซเชียลมีเดีย ๔. การสร้างจุดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ พัฒนาจุดขายที่ชัดเจน: มุ่งเน้นไปที่ประโยชน์ต่อสุขภาพของน้ำหม่อนเบอร์รี่ เช่น การเป็นแหล่งวิตามินและสารต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งสามารถโปรโมตได้ในฐานะผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่รัก		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*								
			สุขภาพ จัดโปรโมชั่นและกิจกรรม การตลาด: จัดแคมเปญการตลาดที่กระตุ้น การซื้อ เช่น การแจกลินค้าตัวอย่างหรือ จัดโปรโมชั่นซื้อคู่เพื่อกระตุ้นยอดขาย ในช่วงเทศกาลหรือโอกาสพิเศษ										
	๒๔. ผ้าไหมมัดหมี่ จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มัดหมี่ สามารถแบ่งออกได้เป็น หลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ คุณภาพของเส้น ไหมไม่สม่ำเสมอ: กระบวนการ ผลิตผ้าไหมมัดหมี่ต้องอาศัย การใช้เส้นไหมคุณภาพสูง แต่ หากเส้นไหมที่ใช้ในการทอมี คุณภาพไม่สม่ำเสมอ หรือเส้น ไหมบางช่วงไม่แข็งแรง อาจทำ ให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความ แตกต่างในด้านเนื้อผ้าและ ความทนทาน ส่งผลต่อความ พึงพอใจของลูกค้า สีของผ้าไม่ ติดทนนาน: สีที่ใช้ในการย้อม ไหมมัดหมี่บางครั้งอาจไม่ติด ทนทาน โดยเฉพาะหาก กระบวนการย้อมไม่ได้ใช้สีที่มี คุณภาพหรือไม่มีการใช้เทคนิค การย้อมที่ถูกต้อง ทำให้สีซีด	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของเส้นไหมไม่สม่ำเสมอ: กระบวนการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ต้องอาศัย การใช้เส้นไหมคุณภาพสูง แต่หากเส้นไหม ที่ใช้ในการทอมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ หรือ เส้นไหมบางช่วงไม่แข็งแรง อาจทำให้ ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความแตกต่างในด้าน เนื้อผ้าและความทนทาน ส่งผลต่อความ พึงพอใจของลูกค้า สีของผ้าไม่ติดทนนาน: สีที่ใช้ในการย้อมไหมมัดหมี่บางครั้งอาจไม่ ติดทนทาน โดยเฉพาะหากกระบวนการ ย้อมไม่ได้ใช้สีที่มีคุณภาพหรือไม่มีการใช้ เทคนิคการย้อมที่ถูกต้อง ทำให้สีซีดหรือ จางหายหลังจากการใช้งานไม่กี่ครั้ง ๒. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตและการจัดการ ต้นทุนการผลิตสูง: การผลิตผ้าไหมมัดหมี่ เป็นงานฝีมือที่ต้องใช้เวลาและแรงงาน จำนวนมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตค่อนข้าง สูง ซึ่งอาจทำให้ผลิตภัณฑ์มีราคาสูง ส่งผล ให้ยากในการแข่งขันในตลาดที่มีสินค้า	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด ด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๓๔,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๔๓,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๒๗.๙๔</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด ด	ก่อนพัฒนา	๓๔,๐๐๐	หลังพัฒนา	๔๓,๕๐๐	ร้อยละ	๒๗.๙๔	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด ด												
ก่อนพัฒนา	๓๔,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๔๓,๕๐๐												
ร้อยละ	๒๗.๙๔												

		หรืออาจหายหลังจากการใช้ งานไม่กี่ครั้ง ๒. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต และการจัดการ ต้นทุนการ ผลิตสูง: การผลิตผ้าไหมมัดหมี่ เป็นงานฝีมือที่ต้องใช้เวลาและ แรงงานจำนวนมาก ทำให้ ต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ซึ่ง อาจทำให้ผลิตภัณฑ์มีราคาสูง ส่งผลให้ยากในการแข่งขันใน ตลาดที่มีสินค้าราคาถูกกว่า การขาดแคลนช่างฝีมือ: เนื่องจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ ต้องอาศัยทักษะและความ เชี่ยวชาญของช่างฝีมือท้องถิ่น หากขาดแคลนช่างฝีมือหรือ การฝึกฝนช่างฝีมือรุ่นใหม่ไม่ เพียงพอ อาจทำให้ กระบวนการผลิตช้าลงและมี ความเสี่ยงที่จะสูญเสียทักษะที่ เป็นเอกลักษณ์นี้ไป ๓. ปัญหาด้านการออกแบบ และความต้องการของตลาด การออกแบบลวดลายไม่ ทันสมัย: ผ้าไหมมัดหมี่มี ลวดลายดั้งเดิมที่สวยงามและมี เอกลักษณ์ แต่ในบางครั้งการ ออกแบบอาจไม่ตอบสนองต่อ ความต้องการของตลาดใน	ราคาถูกกว่า การขาดแคลนช่างฝีมือ: เนื่องจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ต้องอาศัย ทักษะและความเชี่ยวชาญของช่างฝีมือ ท้องถิ่น หากขาดแคลนช่างฝีมือหรือการ ฝึกฝนช่างฝีมือรุ่นใหม่ไม่เพียงพอ อาจทำ ให้กระบวนการผลิตช้าลงและมีความเสี่ยง ที่จะสูญเสียทักษะที่เป็นเอกลักษณ์นี้ไป ๓. ปัญหาด้านการออกแบบและความ ต้องการของตลาด การออกแบบลวดลาย ไม่ทันสมัย: ผ้าไหมมัดหมี่มีลวดลายดั้งเดิม ที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ แต่ในบางครั้ง การออกแบบอาจไม่ตอบสนองต่อความ ต้องการของตลาดในปัจจุบัน ซึ่งผู้บริโภค ต้องการลวดลายที่ทันสมัยหรือสามารถ ปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ความนิยมที่ ลดลง: ผ้าไหมมัดหมี่อาจเผชิญกับความ นิยมที่ลดลง เนื่องจากผู้บริโภคหันไปใช้ เสื้อผ้าและผ้าชนิดอื่นที่มีราคาถูกกว่าและ สามารถสวมใส่ได้ง่ายขึ้น ๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบ รด์ การขาดการสร้างแบรนด์และ ภาพลักษณ์ที่ชัดเจน: ผ้าไหมมัดหมี่บาง รายอาจขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนและ แข็งแกร่ง ทำให้สินค้าไม่สามารถสร้างความ จดจำหรือมีความแตกต่างจากคู่แข่งได้ การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มัดหมี่อาจยังพึ่งพาตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น ผู้บริโภคที่ชื่นชอบสินค้าไทยแบบดั้งเดิม	  
--	--	--	---	--

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ปัจจุบัน ซึ่งผู้บริโภคต้องการลวดลายที่ทันสมัยหรือสามารถปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ความนิยมที่ลดลง: ผ้าไหมมัดหมี่อาจเผชิญกับความนิยมที่ลดลง เนื่องจากผู้บริโภคหันไปใช้เสื้อผ้าและผ้าชนิดอื่นที่มีราคาถูกกว่าและสามารถสวมใส่ได้ง่ายขึ้น ๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ที่ชัดเจน: ผ้าไหมมัดหมี่บางรายอาจขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนและแข็งแรง ทำให้สินค้าไม่สามารถสร้างความจดจำหรือมีความแตกต่างจากคู่แข่งได้ การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่อาจยังพึ่งพาดตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น ผู้บริโภคที่ชื่นชอบสินค้าไทยแบบดั้งเดิม หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจไม่เพียงพอในการขยายตลาดหรือเพิ่มยอดขาย ๕. ปัญหาด้านการส่งออก ข้อจำกัดในการส่งออก: แม้ว่า	หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจไม่เพียงพอในการขยายตลาดหรือเพิ่มยอดขาย ๕. ปัญหาด้านการส่งออก ข้อจำกัดในการส่งออก: แม้ว่าผ้าไหมมัดหมี่จะมีศักยภาพในการเติบโตในตลาดต่างประเทศ แต่การขาดความรู้ด้านการตลาดระหว่างประเทศ หรือมาตรฐานการส่งออกอาจทำให้การขยายตลาดต่างประเทศเป็นเรื่องท้าทาย แนวทางการแก้ไขปัญห: ๑. พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ควบคุมคุณภาพเส้นไหม: ใช้เส้นไหมที่มีคุณภาพสูงและมีความสม่ำเสมอในการผลิต พร้อมกับพัฒนาเทคนิคการย้อมสีให้มีความคงทน และไม่ซีดจางง่ายหลังการซักหรือใช้งาน พัฒนาระบวนการผลิต: นำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการทอให้มีความคงทนมากขึ้น ๒. ส่งเสริมการฝึกอบรมช่างฝีมือ ส่งเสริมการฝึกอบรมและสืบทอดทักษะ: จัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะให้กับช่างฝีมือท้องถิ่น โดยเน้นการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าไหม และการสืบทอดทักษะนี้ไปยังคนรุ่นใหม่ ๓. การออกแบบและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พัฒนาลวดลายและดีไซน์ที่ทันสมัย: ศึกษาความต้องการของตลาดและปรับลวดลาย	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ผ้าไหมมัดหมี่จะมีศักยภาพในการเติบโตในตลาดต่างประเทศ แต่การขาดความรู้ด้านการตลาดระหว่างประเทศหรือมาตรฐานการส่งออกอาจทำให้การขยายตลาดต่างประเทศเป็นเรื่องท้าทาย	หรือดีไซเนอร์ผ้าไหมมัดหมี่ให้ทันสมัย และสามารถปรับใช้ในผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า หรือของใช้ในบ้าน เพื่อเพิ่มความนิยมในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ สร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย: ขยายขอบเขตการใช้งานผ้าไหมมัดหมี่ให้มากขึ้น เช่น นำผ้าไหมมัดหมี่ไปใช้ในการผลิตของตกแต่งบ้าน เสื้อผ้าร่วมสมัย หรือของขวัญพรีเมียม ๔. การตลาดและการสร้างแบรนด์ สร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง: พัฒนากลยุทธ์การสร้างแบรนด์ที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์ และคุณภาพของผ้าไหมมัดหมี่ พร้อมกับการเล่าเรื่องราว (Storytelling) เกี่ยวกับกระบวนการผลิตและแหล่งที่มาของเส้นไหมเพื่อเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจ ขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์: ใช้สื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดียในการขยายการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง รวมถึงการเข้าร่วมแพลตฟอร์ม e-commerce เพื่อเพิ่มยอดขายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ๕. ขยายการส่งออก พัฒนามาตรฐานการส่งออก: เตรียมความพร้อมในการส่งออก โดยพัฒนาความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบและมาตรฐานการส่งออกของประเทศเป้าหมาย รวมถึงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศ	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
				 									
	๒๕. กระเป๋าผ้าปางสีดา จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าปางสีดา สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผ้าที่ใช้ผลิตไม่สม่ำเสมอ: วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกระเป๋า เช่น ผ้า อาจมีคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ทำให้กระเป๋าที่ได้มีความคงทนที่	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ คัดเลือกวัตถุดิบคุณภาพสูง: เลือกใช้ผ้าที่มีคุณภาพดีและมีความทนทาน เพื่อให้กระเป๋ามีอายุการใช้งานยาวนานและทนทานต่อการใช้งานในชีวิตประจำวัน ปรับปรุงกระบวนการผลิต: ควบคุมคุณภาพในการตัดเย็บเพื่อให้ได้มาตรฐานและลดความผิดพลาดในขั้นตอนการผลิต โดยอาจใช้เครื่องมือหรือ	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๔๒,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๔๘,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๑๕.๔๘</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๔๒,๐๐๐	หลังพัฒนา	๔๘,๕๐๐	ร้อยละ	๑๕.๔๘	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๔๒,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๔๘,๕๐๐												
ร้อยละ	๑๕.๔๘												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ปัญหาด้านการตัดเย็บ: กระเป๋าผ้าอาจมีปัญหาด้านการตัดเย็บที่ไม่แน่นหนาหรือมีความผิดพลาดในการผลิต เช่น การเย็บไม่เรียบร้อย รอยเย็บไม่แข็งแรงหรือขอบกระเป๋าหลุดง่าย ซึ่งส่งผลต่อความคงทนและอายุการใช้งาน ๒. ปัญหาด้านการออกแบบ การออกแบบไม่ดึงดูดใจลูกค้า: กระเป๋าผ้าที่มีลวดลายหรือการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับเทรนด์หรือความนิยมของตลาด อาจทำให้สินค้าไม่น่าสนใจหรือไม่สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์จากแบรนด์อื่นที่มีดีไซน์ที่โดดเด่นได้ การออกแบบที่ไม่ตอบสนองต่อการใช้งาน: กระเป๋าผ้าบางครั้งอาจมีการออกแบบที่ไม่สอดคล้องกับการใช้งานในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เช่น ขนาดที่ไม่เหมาะสม ช่องใส่ของไม่เพียงพอ หรือสายสะพายที่ไม่ทนทาน ๓. ปัญหาด้าน	เทคโนโลยีที่ช่วยในการตัดเย็บให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ๒. การพัฒนาดีไซน์และการใช้งาน ออกแบบกระเป๋าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค: พัฒนาดีไซน์ที่สอดคล้องกับเทรนด์แฟชั่นหรือความต้องการของลูกค้า เช่น การเพิ่มช่องใส่ของที่หลากหลาย สายสะพายที่ทนทาน หรือขนาดกระเป๋าที่เหมาะสมกับการใช้งานในแต่ละวัน สร้างลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์: นำเสนอการออกแบบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ลวดลายจากธรรมชาติหรือวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า ๓. การสร้างแบรนด์และการตลาด พัฒนาแบรนด์ที่แข็งแกร่ง: สร้างแบรนด์ที่สื่อถึงคุณภาพและความเป็นเอกลักษณ์ของกระเป๋าผ้าปางสีดา โดยเน้นคุณค่าในด้านการสนับสนุนชุมชนหรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยสร้างการจดจำและเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ ขยายช่องทางการตลาดออนไลน์: ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดียในการโปรโมตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น รวมถึงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรืออีเวนต์เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่มลูกค้าใหม่ ๔. การควบคุมต้นทุนและการตั้ง	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		การตลาดและการสร้างแบรนด์ ขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: กระเป๋าผ้าปวงสีดาอาจยังไม่มี การสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าไม่สามารถจดจำหรือ แยกแยะได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ ของผู้ผลิตรายใด ส่งผลให้ สินค้ายังไม่สามารถสร้างความ โดดเด่นในตลาดได้ การเข้าถึง ตลาดที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์อาจ ยังมีการกระจายสินค้าใน วงจำกัดและยังไม่สามารถ เข้าถึงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ หรือกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพได้ อย่างเต็มที่ ๔. ปัญหาด้าน ต้นทุนการผลิตและการตั้ง ราคา ต้นทุนการผลิตสูง: การ ผลิตกระเป๋าผ้าที่มีคุณภาพต้อง ใช้วัสดุดีและแรงงานฝีมือที่ดี ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ส่งผลให้ราคาขายอาจสูงกว่า คู่แข่งในตลาด การตั้งราคาที่ไม่ เหมาะสม: หากราคาของ กระเป๋าผ้าปวงสีดาสูงเกินไป เมื่อเทียบกับความคุ้มค่าและ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ อาจทำ ให้ลูกค้าไม่ตัดสินใจซื้อหรือ	ราคา เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต: ใช้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ช่วยในการผลิต กระเป๋าผ้า เพื่อลดต้นทุนการผลิตในระยะ ยาว และทำให้สามารถตั้งราคาขายได้ใน ระดับที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณค่า: ตั้ง ราคาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับคุณภาพ และเอกลักษณ์ของกระเป๋าผ้า โดยเน้น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับความคุ้มค่าและการ สนับสนุนชุมชนท้องถิ่น เพื่อลดความกังวล ของลูกค้าในเรื่องราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ ทั่วไป	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		มองหาสินค้าที่มีราคาถูกกว่า ๕. ปัญหาด้านการแข่งขันในตลาด การแข่งขันจากผลิตภัณฑ์อื่น: กระเป๋าคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคู่แข่งจำนวนมากในตลาด โดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตด้วยเทคโนโลยีทันสมัย และใช้ต้นทุนการผลิตต่ำ กระเป๋าคือที่ผลิตแบบดั้งเดิม อาจไม่สามารถแข่งขันได้ในแง่ของราคาและการผลิตในปริมาณมาก											
	๒๖. วิสาหกิจชุมชนแปรรูปพืชเศรษฐกิจไร่จตุรพักตรพิมาน จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ครีม นวดสปา สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพในการบำรุงผิวหรือเส้นผมไม่เพียงพอ: ครีม นวดสปาที่มีส่วนผสมที่ไม่ได้คุณภาพหรือไม่เพียงพออาจไม่สามารถบำรุงผิวหรือเส้นผมได้อย่างที่โฆษณาไว้ ทำให้ผู้บริโภคไม่พึงพอใจในผลลัพธ์ และอาจไม่ซื้อซ้ำ การแพ้หรือการระคายเคือง: ส่วนผสมบางชนิดในครีม นวดสปาอาจทำให้เกิดการแพ้หรือระคายเคืองต่อ	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ครีม นวดสปา สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพในการบำรุงผิวหรือเส้นผมไม่เพียงพอ: ครีม นวดสปาที่มีส่วนผสมที่ไม่ได้คุณภาพหรือไม่เพียงพออาจไม่สามารถบำรุงผิวหรือเส้นผมได้อย่างที่โฆษณาไว้ ทำให้ผู้บริโภคไม่พึงพอใจในผลลัพธ์ และอาจไม่ซื้อซ้ำ การแพ้หรือการระคายเคือง: ส่วนผสมบางชนิดในครีม นวดสปาอาจทำให้เกิดการแพ้หรือระคายเคืองต่อผู้ใช้งาน โดยเฉพาะหากมีการใช้สารเคมีที่ไม่ปลอดภัยหรือสารกันเสียที่เป็นอันตราย ซึ่งส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ กลิ่นที่ไม่เป็นที่นิยม: กลิ่นของครีม นวดส	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๘,๙๓๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๑๑,๒๙๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๒๖.๔๓</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๘,๙๓๐	หลังพัฒนา	๑๑,๒๙๐	ร้อยละ	๒๖.๔๓	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๘,๙๓๐												
หลังพัฒนา	๑๑,๒๙๐												
ร้อยละ	๒๖.๔๓												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ผู้ใช้งาน โดยเฉพาะหากมีการใช้สารเคมีที่ไม่ปลอดภัยหรือสารกันเสียที่เป็นอันตราย ซึ่งส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ กลิ่นที่ไม่เป็นที่นิยม: กลิ่นของครีมนวดสปามีผลสำคัญต่อการเลือกซื้อ หากกลิ่นไม่ถูกใจผู้ใช้หรือแรงเกินไป อาจทำให้ลูกค้าเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อื่นที่มีกลิ่นหอมและอ่อนโยนมากกว่า ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สะดวกต่อการใช้งาน: หากบรรจุภัณฑ์ของครีมนวดสปาไม่สะดวกต่อการเปิด-ปิดหรือการกดใช้ อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่สะดวกและไม่อยากใช้งานต่อ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถรักษาคุณภาพของครีมนวดได้: ครีมนวดสปาบางชนิดอาจสูญเสียคุณภาพหรือเปลี่ยนแปลงสภาพหากบรรจุภัณฑ์ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อป้องกันการปนเปื้อนหรือการระเหยของกลิ่นและส่วนผสมที่สำคัญ ๓. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง: ในตลาดครีมนวดสปามีการแข่งขันสูง หากผลิตภัณฑ์ไม่มีจุดขายที่ชัดเจน เช่น ส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติหรือการบำรุงที่ล้ำลึก ผลิตภัณฑ์อาจถูกมองว่าเหมือนกับแบรนด์อื่นๆ และไม่สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ได้ การสร้างแบรนด์ที่ยังไม่ชัดเจน: หากแบรนด์ไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือหรือแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดได้ อาจทำให้ลูกค้าไม่เกิดความจดจำและไม่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ๔. ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายและช่องทางการขาย การ	ปามีผลสำคัญต่อการเลือกซื้อ หากกลิ่นไม่ถูกใจผู้ใช้หรือแรงเกินไป อาจทำให้ลูกค้าเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อื่นที่มีกลิ่นหอมและอ่อนโยนมากกว่า ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สะดวกต่อการใช้งาน: หากบรรจุภัณฑ์ของครีมนวดสปาไม่สะดวกต่อการเปิด-ปิดหรือการกดใช้ อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่สะดวกและไม่อยากใช้งานต่อ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถรักษาคุณภาพของครีมนวดได้: ครีมนวดสปาบางชนิดอาจสูญเสียคุณภาพหรือเปลี่ยนแปลงสภาพหากบรรจุภัณฑ์ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อป้องกันการปนเปื้อนหรือการระเหยของกลิ่นและส่วนผสมที่สำคัญ ๓. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง: ในตลาดครีมนวดสปามีการแข่งขันสูง หากผลิตภัณฑ์ไม่มีจุดขายที่ชัดเจน เช่น ส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติหรือการบำรุงที่ล้ำลึก ผลิตภัณฑ์อาจถูกมองว่าเหมือนกับแบรนด์อื่นๆ และไม่สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ได้ การสร้างแบรนด์ที่ยังไม่ชัดเจน: หากแบรนด์ไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือหรือแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดได้ อาจทำให้ลูกค้าไม่เกิดความจดจำและไม่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ๔. ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายและช่องทางการขาย การ	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		แตกต่างจากคู่แข่ง: ในตลาดครีมνωตสปามีการแข่งขันสูง หากผลิตภัณฑ์ไม่มีจุดขายที่ชัดเจน เช่น ส่วนผสมที่เป็นธรรมชาติหรือการบำรุงที่ล้ำลึก ผลิตภัณฑ์อาจถูกมองว่าเหมือนกับแบรนด์อื่นๆ และไม่สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ได้ การสร้างแบรนด์ที่ยังไม่ชัดเจน: หากแบรนด์ไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือหรือแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดได้ อาจทำให้ลูกค้าไม่เกิดความจดจำและไม่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ๔. ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายและช่องทางการขาย การกระจายสินค้าที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์ครีมνωตสปายังไม่มีการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทุกช่องทาง หรือการกระจายสินค้ายังจำกัดในบางพื้นที่ ทำให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ยาก การขาดการโปรโมตในตลาดออนไลน์: ตลาดออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการโปรโมตสินค้าปัจจุบัน หากไม่มี	กระจายสินค้าที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์ครีมνωตสปายังไม่มีการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทุกช่องทาง หรือการกระจายสินค้ายังจำกัดในบางพื้นที่ ทำให้ลูกค้าเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ยาก การขาดการโปรโมตในตลาดออนไลน์: ตลาดออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการโปรโมตสินค้า ปัจจุบัน หากไม่มีการทำตลาดออนไลน์อย่างเข้มข้น อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักหรือไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้ ๕. ปัญหาด้านส่วนผสมและความปลอดภัย การใช้สารเคมีที่อาจเป็นอันตราย: หากครีมνωตสปามีการใช้สารเคมีที่ไม่ได้มาตรฐานหรือสารเคมีที่เป็นอันตราย เช่น สารกันเสียที่ทำให้เกิดการระคายเคือง อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพของผู้ใช้และทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์เสียหาย การขาดมาตรฐานและการรับรองความปลอดภัย: หากผลิตภัณฑ์ไม่มีการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือขาดมาตรฐานการผลิต อาจทำให้ลูกค้าไม่มั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ใช้ส่วนผสมที่มีคุณภาพและปลอดภัยต่อผู้ใช้ เช่น ส่วนผสมจากธรรมชาติหรือสาร		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		การทำตลาดออนไลน์อย่างเข้มแข็ง อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักหรือไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้ ๕. ปัญหาด้านส่วนผสมและความปลอดภัย การใช้สารเคมีที่อาจเป็นอันตราย: หากครีมนวดสพามีการใช้สารเคมีที่ไม่ได้มาตรฐานหรือสารเคมีที่เป็นอันตราย เช่น สารกันเสียที่ทำให้เกิดการระคายเคือง อาจส่งผลเสียต่อสุขภาพของผู้ใช้ และทำให้ภาพลักษณ์ของแบรนด์เสียหาย การขาดมาตรฐานและการรับรองความปลอดภัย: หากผลิตภัณฑ์ไม่มีการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือขาดมาตรฐานการผลิต อาจ	สกัดที่มีประสิทธิภาพในการบำรุงผิวและเส้นผม พร้อมกับการลดการใช้สารเคมีที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ พัฒนาสูตรครีมที่เหมาะสมกับทุกสภาพผิวหรือผม: ครีมนวดสพามีสูตรที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ที่มีสภาพผิวหรือเส้นผมแตกต่างกัน เช่น สูตรสำหรับผิวบอบบาง แห้งหรือมัน เพื่อตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ๒. ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกและใช้งานง่าย: ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้ใช้งานง่าย เช่น ขวดที่เปิด-ปิดสะดวกหรือสามารถบีบใช้ได้ง่าย พร้อมทั้งเพิ่มความสามารถในการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้นานขึ้น ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: เลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้หรือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ๓. การสร้างแบรนด์และการตลาด พัฒนาแบรนด์ที่ชัดเจนและโดดเด่น: สร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ เช่น การใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งานในสปา โดยสื่อสารให้ชัดเจนถึงจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มการตลาดออนไลน์: ใช้ช่องทางออนไลน์ในการโปรโมตผลิตภัณฑ์		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
			เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ e-commerce หรือแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ เพื่อขยาย การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ และเพิ่ม ยอดขาย ๔. ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มการจัดจำหน่ายในร้านค้าต่างๆ: ขยาย การกระจายสินค้าผ่านร้านค้าทั่วไป ร้าน สะดวกซื้อ และร้านค้าออนไลน์ เพื่อเพิ่ม โอกาสในการเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้น จัด กิจกรรมโปรโมตสินค้า: จัดกิจกรรมหรือ แคมเปญส่งเสริมการขาย เช่น การแจก สินค้าตัวอย่าง การลดราคาช่วงพิเศษ หรือ การทำโปรโมชั่นร่วมกับสปาและร้านเสริม สวยเพื่อกระตุ้นยอดขาย ๕. การรับรอง มาตรฐานและความปลอดภัย รับรอง มาตรฐานการผลิต: นำผลิตภัณฑ์ไปผ่าน การรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น อย. หรือมาตรฐานอื่นๆ เพื่อสร้างความ มั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของ ผลิตภัณฑ์ พัฒนาสูตรที่ปลอดภัยสำหรับ ผู้บริโภค: หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีที่เป็น อันตรายและส่งเสริมการใช้ส่วนผสมจาก ธรรมชาติที่ผ่านการทดสอบว่าปลอดภัย สำหรับทุกสภาพผิวและผม การแก้ไข ปัญหาเหล่านี้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ครีม นวดสปาที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น ตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น และสามารถ แข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ		

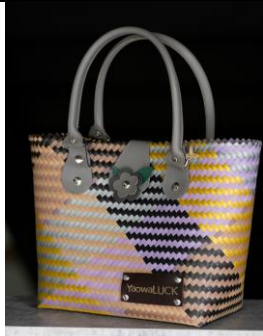
ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
	๒๗. โกโก้ จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์โกโก้สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความสม่ำเสมอในรสชาติ: ผลิตภัณฑ์โกโก้มีปัญหาในเรื่องความสม่ำเสมอของรสชาติ ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิต หากการคั่วหรือการแปรรูปเมล็ดโกโก้ไม่สม่ำเสมอ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะมีรสชาติที่แตกต่างกันในแต่ละครั้ง คุณภาพของวัตถุดิบไม่คงที่: เมล็ดโกโก้ที่ใช้ในการผลิตอาจมาจากแหล่งที่มีคุณภาพแตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้ นอกจากนี้หากเมล็ดโกโก้ไม่ได้รับการคัดเลือกอย่างดี อาจทำให้เกิดปัญหาด้านรสชาติและคุณภาพในผลิตภัณฑ์สุดท้าย ๒. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษาที่ไม่ดี: โกโก้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไวต่อความชื้นและอุณหภูมิ หากบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถป้องกันความชื้นหรืออากาศได้ดีพอ ผลิตภัณฑ์โกโก้	แนวทางการแก้ปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการผลิต: ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงเพื่อควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สม่ำเสมอ พร้อมกับการควบคุมกระบวนการคั่วและแปรรูปเมล็ดโกโก้อย่างละเอียด ใช้วัตถุดิบจากแหล่งที่มีมาตรฐาน: คัดเลือกแหล่งวัตถุดิบโกโก้ที่มีมาตรฐานและการควบคุมคุณภาพสูง เพื่อให้ได้เมล็ดโกโก้ที่มีคุณภาพดีและคงที่ทุกครั้ง ๒. ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาคุณภาพได้ดี: พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันความชื้น อากาศ และแสงได้ดี เพื่อรักษาความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์โกโก้ให้นานที่สุด ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดผู้บริโภค: ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการออกแบบที่เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย ๓. การตลาดและการสร้างแบรนด์ สร้างจุดเด่นที่แตกต่าง: พัฒนาจุดขายที่ชัดเจน เช่น การเน้นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ปลอดสารเคมี หรือการใช้เมล็ดโกโก้คุณภาพพิเศษเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง สร้างแบรนด์ที่ชัดเจนและมีเอกลักษณ์:	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๑๔๒,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๑๖๘,๕๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๑๘.๖๖</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๑๔๒,๐๐๐	หลังพัฒนา	๑๖๘,๕๐๐	ร้อยละ	๑๘.๖๖	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๑๔๒,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๑๖๘,๕๐๐												
ร้อยละ	๑๘.๖๖												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		จะสูญเสียความสดใหม่และรสชาติไปได้ง่าย บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดึงดูดผู้บริโภค: บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สวยงามหรือไม่โดดเด่นอาจทำให้ผลิตภัณฑ์โกโก้ดูไม่น่าสนใจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้ายี่ห้ออื่น ๓. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ ขาดจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง: ในตลาดโกโก้ที่มีการแข่งขันสูง หากผลิตภัณฑ์โกโก้ไม่มีจุดขายที่ชัดเจน เช่น การเน้นคุณค่าด้านสุขภาพ การเป็นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก หรือการใช้เมล็ดโกโก้คุณภาพพิเศษ อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาด การสร้างแบรนด์ที่ไม่ชัดเจน: การสร้างแบรนด์ที่ยังไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งและน่าเชื่อถือ อาจทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถจดจำหรือรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้ ๔. ปัญหาด้านการกระจายสินค้า การเข้าถึงตลาดที่จำกัด:	สร้างแบรนด์ที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ เช่น การเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งที่มาของเมล็ดโกโก้หรือกระบวนการผลิตที่ใส่ใจในรายละเอียด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ๔. ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มการเข้าถึงตลาดออนไลน์: ขยายการขายผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น e-commerce และโซเชียลมีเดีย เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้นและเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดต่างประเทศ สร้างพันธมิตรทางการค้า: พัฒนาความร่วมมือกับร้านค้าขนาดใหญ่ ตัวแทนจำหน่าย หรือร้านค้าแพคเกจที่มีชื่อเสียง เพื่อขยายการกระจายสินค้าและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้น ๕. ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุน: ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิตในระยะยาว โดยไม่กระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพิ่มความคุ้มค่าต่อราคา: พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้คุ้มค่าต่อราคาที่ตั้งไว้ โดยสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โกโก้ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าที่จ่าย		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ผลิตภัณฑ์โกโก้อาจยังไม่มีการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมทุกช่องทาง โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์หรือช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าระดับสูงและตลาดต่างประเทศ การขาดพันธมิตรทางการค้า: การขาดเครือข่ายพันธมิตรทางการค้า เช่น ร้านค้าใหญ่ๆ หรือตัวแทนจำหน่ายที่มีเครือข่ายที่กว้างขวาง อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้กว้างขวางเพียงพอ ๕. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตและการแข่งขัน ต้นทุนการผลิตสูง: การผลิตโกโก้คุณภาพสูงจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีและกระบวนการที่มีคุณภาพ ซึ่งอาจทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ส่งผลต่อการตั้งราคาขายที่อาจจะสูงกว่าคู่แข่งในตลาด การแข่งขันสูงในตลาดโกโก้: ตลาดโกโก้มีการแข่งขันสูงมาก โดยเฉพาะจากแบรนด์ระดับโลกที่มีการผลิตโกโก้ในปริมาณมาก การแข่งขันในเรื่องของราคา			

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		คุณภาพ และการเข้าถึงผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลิตภัณฑ์โกโก้ขนาดเล็กหรือท้องถิ่นต้องเผชิญ											
	๒๘. กระเป๋าสานพลาสติก เยาวลักษณ์ จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานพลาสติก เยาวลักษณ์ สามารถแบ่งออกเป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์: คุณภาพของวัสดุพลาสติก: กระเป๋าสานพลาสติกอาจใช้วัสดุพลาสติกที่ไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้ความทนทานของกระเป๋าตดลง เช่น พลาสติกที่เปราะบาง แตกง่าย หรือไม่ทนต่อการใช้งานในระยะยาว ทำให้ผู้บริโภคไม่พึงพอใจในคุณภาพ การสานที่ไม่แข็งแรง: หากการสานไม่ได้ทำอย่างละเอียดหรือแน่นหนา กระเป๋อาจมีความแข็งแรงไม่พอ ทำให้เกิดปัญหาการรับน้ำหนักได้ไม่มาก และเสี่ยงต่อการฉีกขาด ๒. ปัญหาด้านการออกแบบและความสวยงาม การออกแบบที่ไม่ดึงดูด: กระเป๋าสานพลาสติกที่มีการ	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ใช้วัสดุพลาสติกที่มีคุณภาพสูง: ควรเลือกใช้วัสดุพลาสติกที่มีความทนทาน ยืดหยุ่น และสามารถรองรับน้ำหนักได้ดี เพื่อเพิ่มความแข็งแรงและอายุการใช้งานของกระเป๋า เพิ่มความแข็งแรงในการสาน: พัฒนากระบวนการสานให้แน่นหนาและมีความละเอียดมากขึ้น เพื่อลดปัญหาการขาดง่าย และทำให้กระเป๋ารับน้ำหนักได้มากขึ้น ๒. การพัฒนาดีไซน์และการใช้งาน ออกแบบกระเป๋าทันสมัยและมีเอกลักษณ์: เพิ่มความหลากหลายของสีสันทันและลวดลายในการออกแบบ โดยให้เหมาะสมกับเทรนด์แฟชั่นปัจจุบัน และตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย เพิ่มฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย: พัฒนากระเป๋ามีช่องเก็บของที่ใช้งานได้จริง และออกแบบสายสะพายที่ทนทาน เพื่อให้เหมาะกับการใช้งานในชีวิตประจำวันและดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบาย ๓. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: พัฒนา	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๑๐๒,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๑๒๑,๐๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๑๘.๖๓</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๑๐๒,๐๐๐	หลังพัฒนา	๑๒๑,๐๐๐	ร้อยละ	๑๘.๖๓	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๑๐๒,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๑๒๑,๐๐๐												
ร้อยละ	๑๘.๖๓												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ออกแบบไม่ทันสมัยหรือลวดลายที่ไม่ดึงดูด อาจทำให้สินค้าไม่สามารถแข่งขันได้ในตลาด โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์จากวัสดุอื่นๆ ที่มีการออกแบบที่หลากหลายและทันสมัยกว่า ความหลากหลายของดีไซน์ที่จำกัด: หากกระเป๋าสานพลาสติกมีลวดลายหรือสีสันทันทีไม่หลากหลาย อาจทำให้ลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่มีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ไม่สนใจผลิตภัณฑ์ ๓. ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์และการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน: กระเป๋าสานพลาสติกบางรุ่นอาจมีการออกแบบที่ไม่ตอบโจทย์การใช้งาน เช่น สายกระเป๋าที่ไม่ทนทาน การเปิด-ปิดกระเป๋าที่ไม่สะดวก หรือไม่มีช่องเก็บของที่เพียงพอ ทำให้กระเป๋าไม่ค่อยใช้งานได้ดีเท่าที่ควร การบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ป้องกันความเสียหาย: หากกระเป๋าถูกจัดเก็บหรือขนส่งโดยไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม	แบรนด์กระเป๋าสานพลาสติกเยาวชนลักษณะให้มีเอกลักษณ์ โดยเน้นคุณภาพ ความทนทาน และความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยสร้างการจดจำในตลาด ขยายช่องทางการตลาดออนไลน์: ใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ e-commerce หรือโซเชียลมีเดีย ในการโปรโมตและขายผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่สนใจสินค้าพื้นบ้านหรืองานฝีมือ ๔. การพัฒนาเรื่องสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้พลาสติกรีไซเคิล: เพื่อรองรับแนวโน้มที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ควรพิจารณาการใช้พลาสติกกรีไซเคิลในการผลิตกระเป๋า เพื่อลดปัญหาภาพลักษณ์ของพลาสติกและสร้างคุณค่าต่อสิ่งแวดล้อม พัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน: นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสินค้าที่ทนทาน ใช้นาน และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อสนับสนุนการลดขยะพลาสติกและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ ๕. การบรรจุภัณฑ์และการจัดจำหน่าย พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันสินค้าได้ดี: ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันความเสียหายระหว่างการขนส่ง และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเมื่อเปิดรับสินค้า กระจายสินค้าผ่านช่องทาง	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		อาจทำให้สินค้าเกิดการเสียหายระหว่างการขนส่ง ทำให้คุณภาพลดลงเมื่อถึงมือลูกค้า ๔. ปัญหาด้านการตลาด และการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: กระเป๋าสานพลาสติกยาวลักษณะอาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่แข็งแรง ทำให้สินค้าขาดความจดจำและไม่สามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์อาจมีการทำตลาดที่ยังไม่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือกลุ่มลูกค้าที่มองหากระเป๋าที่มีดีไซน์เฉพาะ ๕. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและภาพลักษณ์: ภาพลักษณ์ของพลาสติกต่อสิ่งแวดล้อม: ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลาสติก อาจทำให้กลุ่มลูกค้าบางกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม	ต่างๆ: เพิ่มการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าพื้นเมือง ห้างสรรพสินค้า และงานแสดงสินค้าต่างๆ เพื่อขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่สนใจสินค้าไทยและผลิตภัณฑ์จากวัสดุพื้นบ้าน การแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะช่วยให้กระเป๋าสานพลาสติกยาวลักษณะสามารถเพิ่มคุณภาพ เพิ่มยอดขาย และสร้างความยั่งยืนในตลาดได้	     	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		หลีกเลี่ยงการใช้กระเป๋ที่ทำจากพลาสติก แม้กระเป๋าก็มีความทนทานก็ตาม											
	๒๙. จานกาบมาก จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์จานกาบมาก สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความคงทนและความแข็งแรง: จานกาบมากอาจมีความทนทานน้อยกว่าเมื่อเทียบกับจานที่ทำจากวัสดุอื่น เช่น พลาสติกหรือแก้ว ซึ่งอาจเกิดการแตกหักหรือเสียหายได้ง่าย หากไม่ได้ผลิตอย่างมีคุณภาพ หรือใช้เทคโนโลยีที่ตีพองในการขึ้นรูปจาน การรั่วซึมของน้ำมันหรือของเหลว: หากกระบวนการผลิตไม่ได้มาตรฐาน จานกาบมากอาจมีปัญหาการรั่วซึมของน้ำมันหรือของเหลว ซึ่งส่งผลต่อความสะดวกในการใช้งาน โดยเฉพาะเมื่อใช้กับอาหารที่มีน้ำมันหรือซอส การแตกหักง่ายในสภาพอากาศชื้น: เนื่องจากกาบหมากเป็นวัสดุธรรมชาติ จึงอาจไวต่อการ	๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ พัฒนาความแข็งแรงและทนทานของจาน: ใช้เทคโนโลยีหรือกระบวนการในการผลิตที่ช่วยเพิ่มความทนทานและความแข็งแรงของจาน เช่น การใช้การเคลือบผิวหรือการอัดกาบหมากให้แน่นขึ้น เพื่อให้จานสามารถรองรับน้ำหนักอาหารได้มากขึ้น และไม่แตกหักง่าย การป้องกันการรั่วซึม: พัฒนาวิธีการผลิตที่ช่วยป้องกันการรั่วซึมของจาน โดยอาจใช้การเคลือบหรือการบีบอัดกาบหมากให้แน่นมากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการทนต่อของเหลว ๒. การจัดหาวัตถุดิบและควบคุมต้นทุน พัฒนาการจัดหาวัตถุดิบอย่างยั่งยืน: สร้างเครือข่ายกับเกษตรกรในพื้นที่และส่งเสริมการปลูกหมากอย่างยั่งยืนเพื่อให้มีวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการในระยะยาว ลดต้นทุนการผลิต: คิดค้นนวัตกรรมในการผลิต เช่น การใช้เครื่องจักรหรือเทคโนโลยีที่ช่วยลดขั้นตอนและเวลาในการผลิต เพื่อให้สามารถลดต้นทุนได้ โดยไม่กระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ๓. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษา ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงและปลอดภัย:	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๒๑,๐๐๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๓๑,๐๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๔๗.๖๒</td></tr></table> 		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๒๑,๐๐๐	หลังพัฒนา	๓๑,๐๐๐	ร้อยละ	๔๗.๖๒	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๒๑,๐๐๐												
หลังพัฒนา	๓๑,๐๐๐												
ร้อยละ	๔๗.๖๒												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		เปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ เช่น ความชื้นที่สูงอาจทำให้วัสดุอ่อนแอลงและเสี่ยงต่อการแตกหักได้ง่าย ๒. ปัญหาด้านกระบวนการผลิตและวัตถุดิบ ความยากในการจัดหาวัตถุดิบ: กาบหมากเป็นวัสดุธรรมชาติที่มีช่วงเวลาที่สามารถเก็บเกี่ยวได้ หากมีความต้องการสูงหรือเกิดปัญหาทางการเกษตร การจัดหาวัตถุดิบอาจไม่เพียงพอ ทำให้เกิดปัญหาความไม่ต่อเนื่องในการผลิต ต้นทุนการผลิตที่สูง: การผลิตจากกาบหมากอาจมีต้นทุนสูงกว่าการผลิตจากพลาสติกหรือวัสดุอื่นๆ เนื่องจากต้องใช้แรงงานฝีมือและกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนมากขึ้น ๓. ปัญหาด้านการบรรจุภัณฑ์และการเก็บรักษา การเก็บรักษาที่ยาก: กาบหมากอาจไวต่อความชื้นและการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ ทำให้ยากต่อการเก็บรักษาในระยะเวลานาน หรือในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม บรรจุภัณฑ์ที่ไม่	พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกันความเสียหายระหว่างการขนส่งและจัดเก็บได้ดี เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันความชื้นและการกระแทก เพื่อรักษาคุณภาพของงานให้คงเดิมเมื่อถึงมือลูกค้า พัฒนาวิธีการเก็บรักษาที่เหมาะสม: ส่งเสริมการจัดเก็บในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ เช่น การแนะนำวิธีการจัดเก็บที่ถูกต้องให้แก่ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภค ๔. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างจุดขายที่ชัดเจน: โปรโมตคุณสมบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของกาบหมาก โดยเน้นว่าผลิตภัณฑ์นี้สามารถย่อยสลายได้และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม ขยายช่องทางการตลาด: ใช้สื่อออนไลน์ โซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์ม e-commerce ในการโปรโมตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น เช่น กลุ่มธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพหรือร้านอาหารที่เน้นความยั่งยืน ๕. ปรับปรุงด้านราคาและการแข่งขัน เพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค: นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความยั่งยืนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าและยินดีที่จะจ่ายในราคาที่สูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ป้องกันความเสียหาย: หากไม่มีบรรจรรูถยนต์ที่ดีเพียงพอ จานกาบหมากอาจเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งหรือจัดเก็บ ทำให้สินค้ามีคุณภาพลดลงเมื่อถึงมือผู้บริโภค ๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างจุดขายที่ชัดเจน: แม้ว่าจานกาบหมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่หากไม่ได้มีการโปรโมตหรือสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน อาจทำให้ผู้บริโภคไม่เห็นคุณค่าและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับจานแบบอื่น การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: จานกาบหมากอาจยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดกว้างหรือยังไม่ได้รับการโปรโมตในกลุ่มลูกค้าที่มองหาสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ไม่สามารถเพิ่มยอดขายได้ตามที่คาดหวัง ๕. ปัญหาด้านราคาและการแข่งขัน ราคาสูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป: ด้วยกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและต้นทุนวัตถุดิบที่สูง	จากวัสดุอื่น พัฒนาโปรแกรมส่งเสริมการขาย: จัดทำโปรโมชั่นหรือแพ็คเกจพิเศษ เช่น การลดราคาหรือการจำหน่ายแบบซื้อจำนวนมากเพื่อลดราคาเฉลี่ย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		งานกาบหมากอาจมีราคาสูงกว่างานพลาสติกหรืองานจากวัสดุอื่น ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกกว่าแทน การแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอื่น: งานจากวัสดุที่ถูกกว่า เช่น พลาสติก โฟม หรือกระดาษ มีต้นทุนต่ำกว่ามาก ทำให้การแข่งขันในด้านราคากลายเป็นข้อเสียเปรียบสำหรับงานกาบหมาก											
	๓๐. ผ้าฝ้ายทอมือ จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความไม่สม่ำเสมอของเนื้อผ้า: การทอมืออาจทำให้ความหนาแน่นของเส้นด้ายหรือความละเอียดของเนื้อผ้าไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นงานฝีมือที่อาศัยทักษะของช่างทอผ้า ความไม่สม่ำเสมอนี้อาจทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้น ความทนทานของผ้า: ผ้าฝ้ายทอมืออาจมีความทนทานน้อยกว่าผ้าที่ผลิตด้วยเครื่องจักร	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง: ควรใช้ฝ้ายที่มีคุณภาพสูงและทนทาน เพื่อเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความทนทานในการใช้งาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค พัฒนาฝีมือและการทอผ้า: จัดอบรมหรือพัฒนาทักษะของช่างทอผ้าให้สามารถทอผ้าได้อย่างสม่ำเสมอและมีคุณภาพ โดยการใช้เทคนิคและเทคโนโลยีที่ช่วยปรับปรุงกระบวนการทอ ๒. การลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต: หาวีธีการลดขั้นตอนการผลิตโดยยังคงรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น การนำเทคโนโลยีบางส่วนเข้ามาช่วยในกระบวนการทอผ้า	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๓๑,๐๕๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๔๑,๐๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๓๒.๐๕</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๓๑,๐๕๐	หลังพัฒนา	๔๑,๐๐๐	ร้อยละ	๓๒.๐๕	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๓๑,๐๕๐												
หลังพัฒนา	๔๑,๐๐๐												
ร้อยละ	๓๒.๐๕												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		หากเส้นด้ายที่ใช้ในการทอมีคุณภาพต่ำหรือกระบวนการทอไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งอาจทำให้ผ้าขาดหรือเสียหายได้ง่ายเมื่อใช้งาน ๒. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตและราคา ต้นทุนการผลิตสูง: การทอผ้าฝ้ายด้วยมือเป็นกระบวนการที่ใช้เวลาและแรงงานมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงกว่าการผลิตด้วยเครื่องจักร ทำให้ราคาขายอาจสูงกว่าผ้าที่ผลิตในโรงงาน ซึ่งอาจทำให้ผ้าฝ้ายทอมือมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้น้อยลง การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ: การใช้ฝ้ายคุณภาพสูงอาจมีต้นทุนที่สูง และหากแหล่งวัตถุดิบไม่เสถียร การจัดหาฝ้ายคุณภาพอาจยาก ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างในด้านคุณภาพและราคา ๓. ปัญหาด้านการออกแบบและความต้องการของตลาด การออกแบบลวดลายที่ไม่สอดคล้องกับเทรนด์ปัจจุบัน: ผ้าฝ้ายทอมือมักมีลวดลายที่สวยงามและเป็น	เพื่อให้สามารถลดต้นทุนการผลิตและตั้งราคาให้แข่งขันได้มากขึ้น จัดหาวัตถุดิบจากแหล่งที่ยั่งยืน: สร้างเครือข่ายกับแหล่งปลูกฝ้ายที่มีคุณภาพและมีความยั่งยืน เพื่อให้สามารถจัดหาวัตถุดิบได้อย่างต่อเนื่องและคงคุณภาพของฝ้าย ๓. การออกแบบที่สอดคล้องกับตลาด พัฒนาลวดลายและการออกแบบที่ทันสมัย: ออกแบบผ้าฝ้ายทอมือให้เข้ากับความต้องการของตลาดปัจจุบัน โดยการผสมผสานลวดลายดั้งเดิมกับการออกแบบที่ทันสมัย เพื่อดึงดูดลูกค้ารุ่นใหม่ที่ต้องการสินค้าที่มีเอกลักษณ์และร่วมสมัย สร้างความหลากหลายในผลิตภัณฑ์: นอกจากเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม ผ้าฝ้ายทอมือยังสามารถนำไปใช้ในการทำสินค้าอื่นๆ เช่น กระเป๋า ของใช้ในบ้าน หรือของตกแต่ง เพื่อเพิ่มความหลากหลายและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของตลาด ๔. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่มีความชัดเจนและเอกลักษณ์: สร้างแบรนด์ที่เน้นถึงคุณค่าของผ้าฝ้ายทอมือและการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น โดยการเน้นเรื่องราวและประวัติความเป็นมาของการทอผ้าเพื่อสร้างความเชื่อมโยงกับผู้บริโภค ขยายการตลาดออนไลน์: ใช้ช่องทางออนไลน์และ	  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		เอกลักษณ์ แต่หากพลวตลาด และการออกแบบไม่ได้ปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ดึงดูดกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่ต้องการสินค้าที่ทันสมัย ความนิยมในผ้าฝ้ายหอมมือที่ลดลง: ในตลาดที่เต็มไปด้วยสินค้าราคาถูกและผลิตภัณฑ์จากเครื่องจักร ผ้าฝ้ายหอมอาจสูญเสียความนิยม เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มองหาสินค้าที่สามารถหาซื้อได้ง่ายและมีราคาที่ถูกกว่า ๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: ผ้าฝ้ายหอมอาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่งที่จะทำให้สินค้ามีความโดดเด่นในตลาด ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถจดจำหรือรับรู้คุณค่าของผ้าฝ้ายหอมได้อย่างชัดเจน การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: การทำตลาดผ้าฝ้ายหอมอาจยังไม่ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่สนใจสินค้าหัตถกรรม ทำให้ไม่สามารถ	แพลตฟอร์ม e-commerce ในการขยายตลาดให้กว้างขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่สนใจในสินค้าหัตถกรรมหรือสินค้าที่มีเอกลักษณ์จากธรรมชาติ ๕. การพัฒนาและขยายตลาด เพิ่มการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ: ขยายการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศที่มีความสนใจในงานฝีมือหรือผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ โดยเน้นคุณภาพและความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าฝ้ายหอม เพิ่มการโปรโมตความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์: โปรโมตว่าผ้าฝ้ายหอมเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้สินค้าที่มีความยั่งยืน ซึ่งจะดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*								
		ขยายฐานลูกค้าได้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในเมืองใหญ่หรือในต่างประเทศ ๕. ปัญหาด้านการแข่งขันกับสินค้าประเภทอื่น การแข่งขันกับสินค้านำเข้าจาก: ในตลาดที่มีผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าจำนวนมาก ผ้าฝ้ายทอมืออาจประสบปัญหาในการแข่งขันด้านราคา เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงกว่าผ้าที่ผลิตด้วยเครื่องจักร ซึ่งทำให้ลูกค้าบางกลุ่มเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกกว่า การทดแทนด้วยวัสดุสังเคราะห์: วัสดุสังเคราะห์เช่น โพลีเอสเตอร์ หรือผ้าที่ผลิตด้วยเครื่องจักรอาจมีความทนทานและราคาถูกกว่า ส่งผลให้ผู้บริโภคบางกลุ่มหันมาเลือกวัสดุเหล่านี้แทนผ้าฝ้ายทอมือ											
	๓๑. ผ้าทอมือบ้านวังยาว จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านวังยาว จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความสม่ำเสมอของเนื้อผ้า: เนื่องจากการทอมืออาจทำให้	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง: คัดเลือกเส้นใยที่มีคุณภาพดี เช่น ฝ้ายหรือไหมที่ทนทานต่อการใช้งาน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความคงทนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า พัฒนาฝีมือช่างทอ: ส่งเสริมการฝึกฝนช่างทอในชุมชนให้	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๕๖,๐๕๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๑๑๑,๐๐๐</td></tr><tr><td>ร้อยละ</td><td>๙๘.๐๔</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๕๖,๐๕๐	หลังพัฒนา	๑๑๑,๐๐๐	ร้อยละ	๙๘.๐๔	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด												
ก่อนพัฒนา	๕๖,๐๕๐												
หลังพัฒนา	๑๑๑,๐๐๐												
ร้อยละ	๙๘.๐๔												

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ผ้ามีความแตกต่างในความหนา ความละเอียดของเส้นด้าย และเนื้อผ้าที่ไม่สม่ำเสมอระหว่างชิ้นงาน โดยเฉพาะหากช่างทอมีความชำนาญไม่เท่ากัน ทำให้สินค้าสามารถมีคุณภาพไม่เท่ากัน คุณภาพของวัตถุดิบ: ผ้าทอมือบางครั้งอาจประสบปัญหาด้านวัตถุดิบที่ใช้ เช่น เส้นด้ายหรือเส้นใยที่ไม่คงทนหรือไม่เหมาะสมสำหรับการใช้งาน ทำให้ผ้าเสื่อมสภาพได้เร็วหลังการใช้งานหรือซักล้าง ๒. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต ต้นทุนการผลิตสูง: การผลิตผ้าทอมือเป็นกระบวนการที่ใช้เวลานานและต้องอาศัยทักษะจากช่างฝีมือ ซึ่งทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าผ้าที่ผลิตจากโรงงาน จึงทำให้ราคาของผ้าทอมืออาจจะสูงและยากในการแข่งขันในตลาด ความยากในการจัดหาวัตถุดิบคุณภาพ: วัตถุดิบ เช่น เส้นใยฝ้ายหรือเส้นไหมที่มีคุณภาพดี อาจมีราคาสูงและยากต่อการจัดหา	มีทักษะและความเชี่ยวชาญมากขึ้น เพื่อให้สามารถผลิตผ้าที่มีคุณภาพสูงและสม่ำเสมอ ๒. การลดต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต: พิจารณาใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีในการช่วยเพิ่มความรวดเร็วในกระบวนการผลิต โดยไม่ลดทอนคุณภาพ เพื่อให้สามารถผลิตได้มากขึ้นและลดต้นทุนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบในปริมาณมาก: สร้างเครือข่ายกับผู้ผลิตเส้นด้ายหรือเส้นใยเพื่อจัดหาวัตถุดิบในราคาที่ต่ำลง ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ๓. การออกแบบที่สอดคล้องกับความต้องการตลาด พัฒนาลวดลายและการออกแบบที่ทันสมัย: สร้างสรรค์ลวดลายใหม่ๆ ที่ผสมผสานความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนกับดีไซน์ที่ร่วมสมัย เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่ต้องการสินค้าที่ใช้งานได้จริงและมีสไตล์ สร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย: ขยายการใช้ผ้าทอมือไปสู่การผลิตสินค้าที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น กระเป๋า ของตกแต่งบ้าน หรือของใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและขยายฐานลูกค้า ๔. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์และชัดเจน: พัฒนาแบรนด์ผ้าทอมือบ้านวังยาวให้มีเอกลักษณ์และมีเรื่องราวที่สื่อ	     	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ส่งผลให้กระบวนการผลิตผ้ามีต้นทุนสูง ๓. ปัญหาด้านการออกแบบและความนิยมในตลาด ลวดลายและดีไซน์ที่ไม่ทันสมัย: ผ้าทอมือบ้านวังยาวอาจยังมีลวดลายและการออกแบบที่ดั้งเดิมและไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่ต้องการผ้าที่มีดีไซน์ร่วมสมัยหรือสวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน การสร้างความแตกต่างในตลาด: ผ้าทอมือบ้านวังยาวอาจขาดจุดเด่นที่ทำให้แตกต่างจากผ้าทอมือในพื้นที่อื่น ทำให้ยากในการสร้างการจดจำและดึงดูดลูกค้าในวงกว้าง ๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือบ้านวังยาวอาจยังไม่ได้รับการโปรโมตหรือสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนพอ ทำให้สินค้ายังขาดการจดจำในตลาดและไม่สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับผู้บริโภคได้	ถึงความเป็นท้องถิ่นและความยั่งยืน เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่สนใจสินค้างานฝีมือและหัตถกรรมพื้นบ้าน ขยายช่องทางการขายออนไลน์: ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดียในการขยายการตลาด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ๕. การแข่งขันและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ โปรโมตความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: ส่งเสริมว่าผ้าทอมือบ้านวังยาวเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าที่ใส่ใจในสินค้าที่ส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อม และการใช้วัตถุดิบธรรมชาติ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย: เข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรืองานเทศกาลที่เน้นสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน เพื่อให้สินค้าได้รับการรับรู้และเป็นที่รู้จักมากขึ้นในวงกว้าง		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)		ประเภทโครงการ*					
		การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: ผลิตภัณฑ์อาจยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะในตลาดที่มีศักยภาพสูง เช่น กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในเมืองใหญ่หรือตลาดต่างประเทศ ๕. ปัญหาด้านการแข่งขัน การแข่งขันกับสินค้านำเข้าจาก: ผ้าทอมือบ้านวังยาวอาจเผชิญกับการแข่งขันจากสินค้านำเข้าจากที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรมหรือผ้าที่ผลิตด้วยเครื่องจักร ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าและสามารถจำหน่ายในราคาที่ถูกลงกว่าได้ ความนิยมในผ้าทอมือที่ลดลง: ในยุคที่ผู้บริโภคมักหันไปใช้สินค้าที่ทันสมัยและราคาถูกลงกว่า ผ้าทอมือที่ต้องใช้เวลาในการผลิตอาจไม่เป็นที่ต้องการเท่าที่ควร ทำให้ความนิยมลดลง									
	๓๒. จังหวัดสระแก้ว ผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์ จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง: ควรคัดเลือกวัตถุดิบ เช่น เส้นฝ้ายหรือไหมที่มีคุณภาพและความคงทนสูง เพื่อให้ผ้าทอมือสามารถใช้งานได้	<table><tr><td></td><td>รายได้ทั้งหมด</td></tr><tr><td>ก่อนพัฒนา</td><td>๗๕,๐๕๐</td></tr><tr><td>หลังพัฒนา</td><td>๘๗,๐๐๐</td></tr></table>		รายได้ทั้งหมด	ก่อนพัฒนา	๗๕,๐๕๐	หลังพัฒนา	๘๗,๐๐๐	โครงการพัฒนา
	รายได้ทั้งหมด										
ก่อนพัฒนา	๗๕,๐๕๐										
หลังพัฒนา	๘๗,๐๐๐										

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)		ประเภทโครงการ*	
		ความไม่สม่ำเสมอของเนื้อผ้า: การทอมืออาจทำให้ผ้ามีความไม่สม่ำเสมอในเนื้อผ้า เช่น ความหนาบางของเส้นด้ายที่แตกต่างกัน ทำให้คุณภาพของผ้าไม่คงที่ในทุกชิ้น คุณภาพของวัตถุดิบ: ผ้าที่ใช้ในการทออาจไม่ได้ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง เช่น เส้นด้ายหรือเส้นไหมที่ไม่มีความทนทาน หรือมีคุณภาพต่ำ ทำให้ผ้าเสื่อมสภาพได้ง่ายเมื่อใช้งานจริง ๒. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตและราคา ต้นทุนการผลิตสูง: การทอผ้าด้วยมือเป็นกระบวนการที่ใช้เวลาและแรงงานมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ซึ่งส่งผลให้ราคาผ้าทอมีราคาสูงเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเครื่องจักรหรือจากแหล่งอื่นที่มีต้นทุนต่ำกว่า การจัดหาวัตถุดิบยาก: วัตถุดิบ เช่น ฝ้ายหรือไหมที่ใช้ทอผ้า อาจมีราคาแพงหรือจัดหาได้ยาก ส่งผลให้การผลิตมีต้นทุนสูงขึ้นและทำให้ไม่สามารถผลิตได้ในปริมาณมาก ๓. ปัญหาด้านการ	ยาวนานและมีคุณภาพที่ดีขึ้น พัฒนาทักษะการทอผ้า: ส่งเสริมการฝึกฝนและพัฒนาทักษะช่างทอผ้าในท้องถิ่น เพื่อให้ผ้ามีคุณภาพสม่ำเสมอและสามารถทอได้ในมาตรฐานที่สูงขึ้น ๒. การลดต้นทุนการผลิต พัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น: นำเทคโนโลยีบางส่วนเข้ามาช่วยในการผลิต เช่น การใช้เครื่องมือที่ช่วยทุ่นแรงในขั้นตอนบางขั้นตอน เพื่อลดเวลาการผลิตและต้นทุนแรงงาน สร้างเครือข่ายจัดหาวัตถุดิบ: ร่วมมือกับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น ผู้ปลูกฝ้ายหรือไหม เพื่อจัดหาวัตถุดิบในราคาที่ถูกลงและมีความเสถียรในการจัดหา ๓. การพัฒนาดีไซน์และการออกแบบให้ทันสมัย พัฒนาลวดลายและดีไซน์ใหม่ๆ: ควรนำลวดลายดั้งเดิมมาปรับใช้ในการออกแบบใหม่ๆ ที่ร่วมสมัย เพื่อให้ผ้าทอมือดูทันสมัยและเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน เช่น การออกแบบเสื้อผ้า กระเป๋า หรือเครื่องประดับที่สอดคล้องกับเทรนด์แฟชั่นปัจจุบัน เพิ่มผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย: พัฒนาให้ผ้าทอมือสามารถนำไปใช้ในสินค้าที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น กระเป๋า ผ้าคลุมไหล่ หรือของตกแต่งบ้าน เพื่อขยายตลาดและเพิ่มยอดขาย ๔. การสร้างแบรนด์และ	ร้อยละ	๑๕.๙๒		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ออกแบบและการตอบสนองความต้องการของตลาด ลวดลายและการออกแบบไม่ทันสมัย: ลวดลายหรือการออกแบบผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์อาจไม่ตอบสนองความต้องการของตลาด ปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสินค้าร่วมสมัยและใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน การขาดนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์: การทอผ้าด้วยมืออาจยังขาดการนำเทคโนโลยีหรือแนวคิดใหม่ๆ เข้ามาพัฒนา ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างจากคู่แข่ง และไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าที่มีความพิเศษ ๔. ปัญหาด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ การขาดการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน: ผลิตภัณฑ์ผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์อาจยังไม่มีการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ทำให้สินค้าขาดความโดดเด่นในตลาด และไม่สามารถสร้างการจดจำในหมู่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ การ	การตลาด สร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์: พัฒนาแบรนด์ที่สะท้อนถึงความเป็นท้องถิ่นและคุณค่าของงานฝีมือ โดยสื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์และคุณค่าของผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์ เช่น การใช้วัตถุดิบธรรมชาติหรือการทอผ้าที่สนับสนุนชุมชน ขยายช่องทางการตลาดออนไลน์: ใช้แพลตฟอร์ม e-commerce และโซเชียลมีเดียในการขยายตลาดให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในเมืองใหญ่หรือต่างประเทศ ๕. การแข่งขันในตลาด ส่งเสริมความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม: โปรโมตว่าผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้กระบวนการผลิตที่ยั่งยืนและใช้วัตถุดิบธรรมชาติ ซึ่งจะดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จัดโปรโมชันและกิจกรรมส่งเสริมการขาย: จัดทำโปรโมชัน เช่น การลดราคาในช่วงเทศกาล การจัดงานแสดงสินค้าเพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้นในวงกว้าง และสร้างความสนใจให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ แนวทางเหล่านี้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์สามารถพัฒนาคุณภาพและสร้างความน่าสนใจในตลาดได้มากขึ้น ตลอดจนเพิ่ม	 	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		เข้าถึงตลาดที่จำกัด: ผลผลิตผ้าอาจยังไม่สามารถเข้าถึงตลาดที่หลากหลายได้ โดยเฉพาะตลาดที่มีศักยภาพสูง เช่น กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในเมืองใหญ่ หรือตลาดต่างประเทศที่มองหาสินค้างานฝีมือ ๕. ปัญหาด้านการแข่งขันกับสินค้าประเภทอื่น การแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเครื่องจักร: ผ้าทอสตรีบ้านพรสวรรค์ต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเครื่องจักรซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าและสามารถผลิตได้ในปริมาณมาก ส่งผลให้ราคาขายของผ้าทอมือสูงกว่าและยากในการแข่งขันในตลาด ความนิยมในสินค้าที่ทันสมัย: ปัจจุบันผู้บริโภคมักมองหาผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย ใช้งานได้ง่าย และราคาไม่สูงมาก ผ้าทอมือที่มีราคาสูงกว่าและลวดลายที่ดูดั้งเดิมอาจไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่	ยอดขายและสร้างความยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
	๓๓. ผ้าขาวม้าหนองโกวิท จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า หนองโกวิท จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกได้เป็นหลาย ด้าน ดังนี้: ๑. ปัญหาด้าน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของเนื้อผ้า: ผ้าขาวม้า หนองโกวิทอาจประสบ ปัญหาคุณภาพของเนื้อผ้า เช่น ความไม่ทนทานหรือเนื้อผ้าที่ บางเกินไป ทำให้ผ้า เสื่อมสภาพง่ายเมื่อนำไปใช้ งานจริง รวมถึงการย้อมสีที่ไม่ คงทน อาจทำให้สีของผ้าจาง ลงหลังการซักหลายครั้ง ความ สม่ำเสมอของเนื้อผ้าและ ลวดลาย: การทอผ้าอาจมี ความไม่สม่ำเสมอในด้านความ ทนทานของเนื้อผ้าและความ ชัดเจนของลวดลาย โดยเฉพาะ หากเป็นการทอมือที่ต้องอาศัย ทักษะของช่างฝีมือ ซึ่งอาจ ส่งผลต่อความคงทนของผ้า ๒. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตและ ราคา ต้นทุนการผลิตสูง: การ ทอผ้าขาวม้าด้วยมือหรือ กระบวนการผลิตที่ต้องอาศัย แรงงานมาก อาจทำให้ต้นทุน	แนวทางการแก้ไขปัญหา: ๑. การปรับปรุง คุณภาพผลิตภัณฑ์ ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง: ควรคัดเลือกเส้นด้ายหรือฝ้ายที่มี คุณภาพสูงเพื่อให้ผ้ามีความทนทานต่อ การใช้งานและการซัก รวมถึงการเลือกใช้ เทคนิคการย้อมสีที่ช่วยให้สีติดทนและไม่ ซีดจางง่าย พัฒนาคุณภาพการทอ: พัฒนา ทักษะช่างทอในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มคุณภาพ การทอให้มีความสม่ำเสมอมากขึ้น และให้ ลวดลายชัดเจน คงทน และเนื้อผ้ามีความ ทนทาน ๒. การลดต้นทุนการผลิต เพิ่ม ประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต: พิจารณาใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่ช่วย ในการทอผ้า เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการ ผลิตและลดต้นทุนโดยไม่ลดคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ จัดหาวัตถุดิบในราคาที่ เหมาะสม: สร้างเครือข่ายในการจัดหา วัตถุดิบจากผู้ผลิตที่สามารถจัดหาฝ้ายหรือ เส้นด้ายที่มีคุณภาพดีในราคาที่เหมาะสม เพื่อควบคุมต้นทุนการผลิตและตั้งราคา ขายได้อย่างแข่งขันได้ ๓. การพัฒนาการ ออกแบบและการใช้ประโยชน์ พัฒนา ดีไซน์ที่สอดคล้องกับความต้องการตลาด: นำลวดลายผ้าขาวม้ามาปรับใช้ในการ ออกแบบใหม่ที่เหมาะสมัยและสามารถ นำไปใช้ในผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น กระเป๋า ผ้าคลุม หรือของ	 -  	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		การผลิตสูงกว่าการผลิตด้วยเครื่องจักร ส่งผลให้ราคาผลิตภัณฑ์สูงขึ้นและยากต่อการแข่งขันกับสินค้าราคาถูกที่ผลิตจากเครื่องจักร การจัดหาวัตถุดิบ: หากวัตถุดิบที่ใช้ในการทอผ้า เช่น ฝ้ายหรือเส้นด้าย มีราคาสูงหรือจัดหาได้ยาก อาจทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการตั้งราคาขายที่สูงเกินกว่าที่ลูกค้าจะยอมรับได้ ๓. ปัญหาด้านการออกแบบและความนิยมในตลาด การออกแบบที่ไม่ตอบโจทย์ตลาดปัจจุบัน: ลวดลายของผ้าขาวม้าหนองโกวิทยอาจยังคงเป็นแบบดั้งเดิม ซึ่งอาจไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการดีไซน์ร่วมสมัยและมีความเป็นแฟชั่นมากขึ้น ทำให้ผ้าขาวม้านู๋ไม่สอดคล้องกับเทรนด์แฟชั่นปัจจุบัน การขาดนวัตกรรมในการผลิต: การผลิตผ้าขาวม้าอาจยังขาดนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น การนำวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือการพัฒนาผ้า	ตกแต่งบ้าน เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้น สร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์การใช้งาน ปัจจุบัน: นำผ้าขาวม้ามาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เข้ากับวิถีชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น การทำผ้าขาวม้าสำหรับกิจกรรมกลางแจ้งหรือผ้าขาวม้าที่มีคุณสมบัติกันน้ำ เป็นต้น ๔. การสร้างแบรนด์และการตลาด สร้างแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์: พัฒนาแบรนด์ผ้าขาวม้าหนองโกวิทยให้มีเอกลักษณ์และมีเรื่องราวที่น่าสนใจ เช่น การเน้นความเป็นงานฝีมือท้องถิ่นที่สืบทอดมาหลายรุ่น เพื่อสร้างคุณค่าและความน่าสนใจในสายตาผู้บริโภค ขยายการตลาดออนไลน์: ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดียในการโปรโมตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ รวมถึงกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่ที่ต้องการสินค้าที่มีความร่วมสมัยและเข้าถึงง่าย ๕. การแข่งขันในตลาด โปรโมตความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม: เน้นการผลิตผ้าขาวม้าที่ใช้วัตถุดิบธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม จัดโปรโมชันและกิจกรรมส่งเสริมการขาย: จัดทำโปรโมชันพิเศษ เช่น การลดราคาในช่วงเทศกาล		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ให้มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น ความยืดหยุ่น หรือการกั้นน้ำ ซึ่งอาจทำให้สินค้ายังไม่มี โดดเด่นและดึงดูดกลุ่มลูกค้า ใหม่ๆ	หรือการจัดแสดงสินค้าหัตถกรรมเพื่อเพิ่ม การรับรู้และยอดขาย		
	โครงการยกระดับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่ แพลตฟอร์มออนไลน์ ปีงบประมาณ ๒๕๖๗	ปัญหาของจังหวัดปทุมธานี: การขาดความรู้ด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์: ผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดปทุมธานีอาจ ขาดทักษะในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความ ต้องการของตลาด ทั้งในเรื่อง ของคุณภาพ การออกแบบ และการสร้างเอกลักษณ์ที่ ชัดเจน ทำให้สินค้าไม่สามารถ แข่งขันในตลาดที่กว้างขึ้นได้ การตลาดและการกระจาย สินค้าไม่เพียงพอ: ปทุมธานีอยู่ ใกล้กรุงเทพฯ แต่ ผู้ประกอบการหลายรายยัง ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่ เข้าถึงตลาดในเขตเมืองใหญ่ ขาดการโปรโมทผ่านช่องทาง ออนไลน์หรือการตลาดที่มี ประสิทธิภาพ การขาดการ สนับสนุนจากภาคเอกชน: การ เชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและ	แนวทางการแก้ไขปัญหาของจังหวัด ปทุมธานี: การจัดการฝึกอบรมและพัฒนา ผลิตภัณฑ์: จัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ที่เน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตรง กับความต้องการของตลาด เช่น การ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการยกระดับมาตรฐานสินค้า เพื่อให้ ผู้ประกอบการ OTOP มีทักษะที่เพียงพอ ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพิ่มการ สนับสนุนจากสถาบันการศึกษาหรือหน่วย งานวิจัยในท้องถิ่น เช่น มหาวิทยาลัยราช ภัฏวไลยอลงกรณ์ ให้เข้ามามีบทบาทใน การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP การส่งเสริมการตลาดและช่องทางจัด จำหน่าย: ส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์ม ดิจิทัลสำหรับการตลาดออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, TikTok รวมถึง การใช้ E-commerce (เช่น Shopee, Lazada) เพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่าย และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น งาน แฟร์หรือนิทรรศการ OTOP ในกรุงเทพฯ	๑. ผลิตภัณฑ์ ที่เป็นผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่นจากนวัตกรรมองค์ความรู้ และภูมิปัญญาไทย ที่ยกระดับ เศรษฐกิจชุมชน ฐานราก และ ขยายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวน ๙๗ ผลิตภัณฑ์	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		เอกชนยังไม่เพียงพอในการร่วมมือส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ผู้ประกอบการขาดการสนับสนุนในด้านทุนและทรัพยากรจากองค์กรภาคเอกชนในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ การแข่งขันกับสินค้านำเข้า: ผลิตภัณฑ์ OTOP จากจังหวัดปทุมธานีต้องเผชิญกับสินค้านำเข้าที่มีราคาถูกและคุณภาพสูง ซึ่งเป็นความท้าทายที่ทำให้การเจาะตลาดเป็นไปได้ยาก ปัญหาของจังหวัดสระแก้ว: การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: สระแก้วเป็นจังหวัดชายแดน การกระจายสินค้าไปยังพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศอาจเผชิญกับข้อจำกัดในเรื่องของการขนส่งและโลจิสติกส์ การเข้าถึงตลาดที่หลากหลายยังมีข้อจำกัดทำให้สินค้าไม่สามารถขยายการขายได้เต็มที่ ขาดการพัฒนามาตรฐานสินค้า: ผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสระแก้วบางชนิดยังไม่ได้รับการพัฒนา	เพื่อให้ผู้ประกอบการจากปทุมธานีมีโอกาสนำเสนอสินค้าต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำลังซื้อสูง การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน: รัฐควรสร้างโครงการที่เชื่อมโยงกับภาคเอกชนเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ OTOP โดยการให้ทุนสนับสนุนหรือให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด รวมถึงสร้างแพลตฟอร์มความร่วมมือในการจัดจำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือธุรกิจขนาดใหญ่ การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันกับสินค้านำเข้า: ผลิตภัณฑ์ OTOP ควรเน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากสินค้านำเข้า เช่น การนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบสินค้า หรือการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีคุณค่า เพื่อสร้างตลาดเฉพาะกลุ่มที่เน้นคุณค่าทางวัฒนธรรม แนวทางการแก้ไขปัญหาของจังหวัดสระแก้ว: การพัฒนาการขนส่งและโลจิสติกส์: จัดตั้งระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้การขนส่งสินค้าจากจังหวัดสระแก้วไปยังตลาดในจังหวัดอื่น ๆ และต่างประเทศทำได้รวดเร็วและสะดวกขึ้น เช่น การพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าท้องถิ่น หรือสร้างความร่วมมือกับบริษัทขนส่งเพื่อให้สามารถลดต้นทุนและเพิ่ม		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		มาตรฐานสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดใหญ่ การขาดการรับรองคุณภาพทำให้สินค้าไม่ได้รับความเชื่อถือในระดับสากล ขาดทักษะด้านการตลาดดิจิทัล: ผู้ประกอบการหลายรายในจังหวัดสระแก้วยังขาดทักษะในการใช้ช่องทางการตลาดดิจิทัล เช่น การใช้โซเชียลมีเดียหรือแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อโปรโมทและขายสินค้า ทำให้สินค้าของพวกเขาไม่ได้รับการโปรโมทอย่างมีประสิทธิภาพ การพึ่งพาตลาดท้องถิ่นมากเกินไป: ผู้ประกอบการในจังหวัดสระแก้วหลายรายพึ่งพาตลาดในพื้นที่หรือในจังหวัดเพื่อนบ้านมากเกินไป การไม่ขยายตลาดออกไปยังพื้นที่อื่น ๆ ทำให้โอกาสในการเติบโตและการสร้างรายได้มีข้อจำกัด ความไม่ต่อเนื่องในการสนับสนุน: โครงการส่งเสริม OTOP ในสระแก้วอาจขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐหรือ	ประสิทธิภาพในการกระจายสินค้า การพัฒนามาตรฐานสินค้า: จัดทำโครงการฝึกอบรมผู้ประกอบการ OTOP เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น การรับรองมาตรฐานคุณภาพ (GMP, ISO) หรือการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ OTOP ของสระแก้วมีความน่าเชื่อถือและสามารถเข้าสู่ตลาดระดับประเทศและสากลได้ ร่วมมือกับหน่วยงานวิทยาศาสตร์หรือเทคโนโลยีในท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การเพิ่มทักษะด้านการตลาดดิจิทัล: จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้โซเชียลมีเดียและ E-commerce ให้กับผู้ประกอบการ OTOP เพื่อเพิ่มทักษะในการทำการตลาดดิจิทัล เช่น การสร้างคอนเทนต์ การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล ให้การสนับสนุนทางเทคนิคและการเงินแก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาเว็บไซต์หรือร้านค้าออนไลน์ของตนเอง การขยายตลาดไปยังพื้นที่อื่น ๆ: สนับสนุนให้ผู้ประกอบการ OTOP ในสระแก้วขยายตลาดไปยังจังหวัดที่มีกำลังซื้อสูง เช่น กรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยใช้ความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการขยายตลาดผ่าน		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		องค์กรที่เกี่ยวข้อง ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ไม่ได้รับการสนับสนุนในระยะยาว	การจัดงานแฟร์และการเชื่อมโยงกับผู้จัดจำหน่ายในพื้นที่อื่น ๆ สร้างโครงการตลาดออนไลน์เฉพาะสำหรับสินค้า OTOP ของสระแก้วเพื่อขยายฐานลูกค้า การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ: รัฐควรสร้างโครงการระยะยาวในการสนับสนุนผู้ประกอบการ OTOP โดยให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการจัดจำหน่าย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถพัฒนาและเติบโตได้อย่างยั่งยืน พัฒนาโครงการความร่วมมือระหว่างจังหวัดสระแก้วกับจังหวัดใกล้เคียงหรือประเทศเพื่อนบ้านเพื่อขยายตลาดและสร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง		

๒.๒ โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์

๑. โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์	พื้นที่จังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว	ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่กว้างขวางและยั่งยืน: ผลิตภัณฑ์ชุมชนหลายอย่างมีคุณภาพดีแต่ยังขาดการเข้าถึงตลาดที่หลากหลายและยังไม่สามารถใช้เทคโนโลยีในการกระจายสินค้าอย่างเต็มที่ การจัดแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น VRU Marketplace ช่วยขยายช่องทางการขายให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าถึงผู้บริโภคได้กว้าง	จัดนิทรรศการ VRU Marketplace แพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งเสริมสนับสนุนในการจำหน่ายและสั่งซื้อสินค้าชุมชนช่วยกระจายรายได้และเกิดการจ้างงานในชุมชน ยกย่องระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนอย่างยั่งยืน ในงานพลังการรวมตัวที่ยิ่งใหญ่ หัวใจเพื่อการศึกษาและชุมชน” VRU SHOWCASE x VRU SUSTAINABILITY ๒๐๒๔” ระหว่างวันที่ ๙-๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๗ ณ มหาวิทยาลัย	 VRU MARKETPLACE แพลตฟอร์มออนไลน์ 	
---------------------------------	---	---	---	--	--

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ขึ้น การแข่งขันในตลาด ท้องถิ่นและระดับชาติ: สินค้า ชุมชนมีความหลากหลายและ ต้องเผชิญกับการแข่งขันจาก ผลิตภัณฑ์ทั่วไป การพัฒนา และส่งเสริมสินค้า เช่น ผ้า พิมพ์สีธรรมชาติ (Eco printing) ของ SAKIRA ช่วย สร้างเอกลักษณ์และความ แตกต่าง ทำให้สินค้ามีความ โดดเด่นในตลาดและสามารถ แข่งขันได้ การพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการและชุมชน: ผู้ประกอบการท้องถิ่นอาจขาด ความรู้ด้านการตลาด การ จัดการธุรกิจ และการใช้ เทคโนโลยีสมัยใหม่ การจัด โครงการอบรมและการแสดง นิทรรศการช่วยเพิ่มพูนทักษะ ในการดำเนินธุรกิจและ ยกระดับความสามารถของ ผู้ประกอบการในชุมชน ขาด การส่งเสริมอาชีพและการจ้าง งานในท้องถิ่น: ชุมชนท้องถิ่น มักประสบปัญหาด้านการจ้าง งานที่ไม่เพียงพอ การ สนับสนุนการผลิตและ	ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		จำหน่ายสินค้าชุมชนช่วยให้ เกิดการกระจายรายได้ใน ท้องถิ่นและสร้างโอกาสการ จ้างงานในชุมชน ขาดการ เข้าถึงตลาดสากล: ผลลัพธ์ ชุมชนอาจยังไม่สามารถเข้าถึง ตลาดต่างประเทศได้นัก การ จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้าง การรับรู้และเชื่อมโยงตลาด ใหม่ เช่น การเข้าร่วมงาน มหกรรมที่มีผู้เข้าร่วมจาก หลายพื้นที่ จึงเป็นสิ่งสำคัญใน การยกระดับผลิตภัณฑ์ไปสู่ ตลาดสากล ความยั่งยืนในการ พัฒนาชุมชน: การส่งเสริม ผลลัพธ์ชุมชนไม่ใช่เพียงเพื่อ การขายในระยะสั้น แต่ยังเป็น การสร้างพื้นฐานเพื่อการ พัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน การ สนับสนุนให้ชุมชนพึ่งพาตนเอง ในด้านเศรษฐกิจและ สิ่งแวดล้อมจะช่วยยกระดับ คุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น ในระยะยาว			
๒. โครงการยกระดับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ยั่งยืนสู่แพลตฟอร์ม	พื้นที่จังหวัดปทุมธานีและ จังหวัดสระแก้ว	ปัญหาของจังหวัดปทุมธานี: การขาดความรู้ด้านการพัฒนา ผลิตภัณฑ์: ผู้ประกอบการ	แนวทางการแก้ไขปัญหาของจังหวัด ปทุมธานี: การจัดการฝึกอบรมและพัฒนา ผลิตภัณฑ์: จัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ	ผลลัพธ์ ที่เป็นผลลัพธ์ ท้องถิ่นจากนวัตกรรมองค์ความรู้ และภูมิปัญญาไทย ที่ยกระดับ	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
ออนไลน์ ปีงบประมาณ ๒๕๖๗		OTOP ในจังหวัดปทุมธานีอาจ ขาดทักษะในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความ ต้องการของตลาด ทั้งในเรื่อง ของคุณภาพ การออกแบบ และการสร้างเอกลักษณ์ที่ ชัดเจน ทำให้สินค้าไม่สามารถ แข่งขันในตลาดที่กว้างขึ้นได้ การตลาดและการกระจาย สินค้าไม่เพียงพอ: ปทุมธานีอยู่ ใกล้กรุงเทพฯ แต่ ผู้ประกอบการหลายรายยัง ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่ เข้าถึงตลาดในเขตเมืองใหญ่ ขาดการโปรโมทผ่านช่องทาง ออนไลน์หรือการตลาดที่มี ประสิทธิภาพ การขาดการ สนับสนุนจากภาคเอกชน: การ เชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและ เอกชนยังไม่เพียงพอในการ ร่วมมือส่งเสริมและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ OTOP ผู้ประกอบการขาดการ สนับสนุนในด้านทุนและ ทรัพยากรจากองค์กร ภาคเอกชนในการพัฒนาต่อ ยอดผลิตภัณฑ์ การแข่งขันกับ	ที่เน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ตรง กับความต้องการของตลาด เช่น การ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และการยกระดับมาตรฐานสินค้า เพื่อให้ ผู้ประกอบการ OTOP มีทักษะที่เพียงพอ ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพิ่มการ สนับสนุนจากสถาบันการศึกษาหรือหน่วย งานวิจัยในท้องถิ่น เช่น มหาวิทยาลัยราช ภัฏวไลยอลงกรณ์ ให้เข้ามามีบทบาทใน การช่วยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP การส่งเสริมการตลาดและช่องทางจัด จำหน่าย: ส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์ม ดิจิทัลสำหรับการตลาดออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, TikTok รวมถึง การใช้ E-commerce (เช่น Shopee, Lazada) เพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่าย และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในเขตเมืองใหญ่ จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น งาน แฟร์หรือนิทรรศการ OTOP ในกรุงเทพฯ เพื่อให้ผู้ประกอบการจากปทุมธานีมี โอกาสนำเสนอสินค้าต่อกลุ่มเป้าหมายที่มี กำลังซื้อสูง การส่งเสริมความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐและเอกชน: รัฐควรสร้าง โครงการที่เชื่อมโยงกับภาคเอกชนเพื่อ สนับสนุนผู้ประกอบการ OTOP โดยการ ให้ทุนสนับสนุนหรือให้คำปรึกษาด้านการ พัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด รวมถึง	เศรษฐกิจชุมชน ฐานราก และ ขยายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ จำนวน ๙๗ ผลิตภัณฑ์	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		สินค้านำเข้า: ผลិតภัณฑ์ OTOP จากจังหวัดปทุมธานี ต้องเผชิญกับสินค้านำเข้าที่มีราคาถูกและคุณภาพสูง ซึ่งเป็นความท้าทายที่ทำให้การเจาะตลาดเป็นไปได้ยาก ปัญหาของจังหวัดสระแก้ว: การเข้าถึงตลาดที่จำกัด: สระแก้วเป็นจังหวัดชายแดน การกระจายสินค้าไปยังพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศอาจเผชิญกับข้อจำกัดในเรื่องของการขนส่งและโลจิสติกส์ การเข้าถึงตลาดที่หลากหลายยังมีข้อจำกัดทำให้สินค้าไม่สามารถขยายการขายได้เต็มที่ ขาดการพัฒนามาตรฐานสินค้า: ผลិតภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดสระแก้วบางชนิดยังไม่ได้รับการพัฒนามาตรฐานสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดใหญ่ การขาดการรับรองคุณภาพทำให้สินค้าไม่ได้รับความเชื่อถือในระดับสากล ขาดทักษะด้านการตลาดดิจิทัล: ผู้ประกอบการหลายรายในจังหวัดสระแก้วยังขาดทักษะ	สร้างแพลตฟอร์มความร่วมมือในการจัดจำหน่ายสินค้าในห้างสรรพสินค้าหรือธุรกิจขนาดใหญ่ การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันกับสินค้านำเข้า: ผลិតภัณฑ์ OTOP ควรเน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากสินค้านำเข้า เช่น การนำวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบสินค้า หรือการใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีคุณค่า เพื่อสร้างตลาดเฉพาะกลุ่มที่เน้นคุณค่าทางวัฒนธรรม แนวทางการแก้ไขปัญหาของจังหวัดสระแก้ว: การพัฒนาการขนส่งและโลจิสติกส์: จัดตั้งระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้การขนส่งสินค้าจากจังหวัดสระแก้วไปยังตลาดในจังหวัดอื่น ๆ และต่างประเทศทำได้รวดเร็วและสะดวกขึ้น เช่น การพัฒนาศูนย์กระจายสินค้าท้องถิ่น หรือสร้างความร่วมมือกับบริษัทขนส่งเพื่อให้สามารถลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้า การพัฒนามาตรฐานสินค้า: จัดทำโครงการฝึกอบรมผู้ประกอบการ OTOP เกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น การรับรองมาตรฐานคุณภาพ (GMP, ISO) หรือการรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม เพื่อให้ผลិតภัณฑ์ OTOP ของสระแก้วมีความน่าเชื่อถือและสามารถเข้าสู่ตลาด		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ในการใช้ช่องทางการตลาดดิจิทัล เช่น การใช้โซเชียลมีเดียหรือแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อโปรโมทและขายสินค้า ทำให้สินค้าของพวกเขาไม่ได้รับการโปรโมทอย่างมีประสิทธิภาพ การพึ่งพาตลาดท้องถิ่นมากเกินไป: ผู้ประกอบการในจังหวัดสระแก้วหลายรายพึ่งพาตลาดในพื้นที่หรือในจังหวัดเพื่อนบ้านมากเกินไป การไม่ขยายตลาดออกไปยังพื้นที่อื่น ๆ ทำให้โอกาสในการเติบโตและการสร้างรายได้มีข้อจำกัด ความไม่ต่อเนื่องในการสนับสนุน: โครงการส่งเสริม OTOP ในสระแก้วอาจขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ไม่ได้รับการสนับสนุนในระยะยาว	ระดับประเทศและสากลได้ร่วมมือกับหน่วยงานวิทยาศาสตร์หรือเทคโนโลยีในท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การเพิ่มทักษะด้านการตลาดดิจิทัล: จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการใช้โซเชียลมีเดียและ E-commerce ให้กับผู้ประกอบการ OTOP เพื่อเพิ่มทักษะในการทำการตลาดดิจิทัล เช่น การสร้างคอนเทนต์ การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ และการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดดิจิทัล ให้การสนับสนุนทางเทคนิคและการเงินแก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาเว็บไซต์หรือร้านค้าออนไลน์ของตนเอง การขยายตลาดไปยังพื้นที่อื่น ๆ: สนับสนุนให้ผู้ประกอบการ OTOP ในสระแก้วขยายตลาดไปยังจังหวัดที่มีกำลังซื้อสูง เช่น กรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยใช้ความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการขยายตลาดผ่านการจัดงานแฟร์และการเชื่อมโยงกับผู้จัดจำหน่ายในพื้นที่อื่น ๆ สร้างโครงการตลาดออนไลน์เฉพาะสำหรับสินค้า OTOP ของสระแก้วเพื่อขยายฐานลูกค้า การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ: ภาครัฐควรสร้างโครงการระยะยาวในการสนับสนุนผู้ประกอบการ OTOP โดยให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในด้านการ		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
			พัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และการจัด จำหน่าย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถพัฒนาและเติบโตได้อย่างยั่งยืน พัฒนาโครงการความร่วมมือระหว่าง จังหวัดสระแก้วกับจังหวัดใกล้เคียงหรือ ประเทศเพื่อนบ้านเพื่อขยายตลาดและ สร้างความร่วมมือทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง		
๒.๓ โครงการจัดแสดงผลงาน และการจัดทำสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้					
๑. โครงการจัดแสดง ผลงาน และการจัดทำสื่อ วีดิทัศน์เพื่อการ ประชาสัมพันธ์และสร้าง การรับรู้	ณ ลานอเนกประสงค์ ชั้น ๒ อาคารรัฐประศาสนภักดี (อาคาร B) ศูนย์ราชการเฉลิม พระเกียรติ ๘๐ พรรษา	การขาดช่องทางการจำหน่ายที่ กว้างขวาง: ผู้ประกอบการ ท้องถิ่นและชุมชนมักขาด โอกาสในการเข้าถึงตลาด ขนาดใหญ่ การจัดแสดงและ จำหน่ายสินค้าผ่านโครงการ ROADSHOW OTOP ช่วยให้ ผู้ประกอบการสามารถเปิด ตลาดใหม่และเข้าถึงผู้บริโภค ในเขตเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่ง รวมลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง ขาด การสนับสนุนจากภาครัฐและ เอกชน: ผู้ประกอบการชุมชน บางรายอาจขาดการสนับสนุน ทางการตลาดและทรัพยากรที่ จำเป็น โครงการนี้เป็นโอกาส ให้ภาครัฐและเอกชนได้เข้ามา มีส่วนร่วมในการสนับสนุน	การสร้างเครือข่ายภาครัฐ ได้นำผลิตภัณฑ์ โครงการ OTOP ร่วมจัดแสดงและ จำหน่ายสินค้า ในโครงการขยายช่องทาง การตลาดสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน (ROADSHOW OTOP) ระหว่างวันที่ ๒๓- ๒๗ กันยายน ๒๕๖๗ ณ ลาน อเนกประสงค์ ชั้น ๒ อาคารรัฐประศาสน ภักดี (อาคาร B) ศูนย์ราชการเฉลิมพระ เกียรติ ๘๐ พรรษา ๕ ธันวาคม ๒๕๕๐ กรุงเทพมหานครผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยวุฒิ เทโพธิ์ รองอธิการบดี เป็นผู้แทน เข้าร่วมพิธีเปิดกิจกรรมขยายช่องทาง การตลาดสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน (ROADSHOW OTOP) โดยมีนายภูมิวิวัชร อุดมทรัพย์ รองผู้ว่าราชการจังหวัด สระแก้ว เป็นประธานในพิธีเปิด พร้อม ด้วย หัวหน้าส่วนราชการ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ เข้าร่วมพิธีเปิด ณ ลาน		กิจกรรมสัมพันธ์

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ส่งเสริม และให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาช่องทาง การตลาด รวมถึงการ เสริมสร้างความสามารถของ ผู้ประกอบการ การแข่งขันใน ตลาดที่ทำขาย: ตลาดใน ปัจจุบันมีการแข่งขันสูง ไม่ว่าจะ เป็นผลิตภัณฑ์จากใน ประเทศหรือต่างประเทศ ผู้ประกอบการ OTOP ที่มา จากชุมชนท้องถิ่นต้องเผชิญกับ ความท้าทายในการปรับตัว โครงการนี้ช่วยให้พวกเขาได้ เรียนรู้เทคนิคการตลาดและ สร้างเครือข่ายใหม่ ๆ ในการ เพิ่มโอกาสในการแข่งขัน การ ขาดความรู้ด้านการตลาด ดิจิทัล: ผู้ประกอบการท้องถิ่น อาจขาดความรู้ด้านการตลาด ออนไลน์และการใช้เทคโนโลยี เพื่อเพิ่มยอดขาย การเข้าร่วม โครงการจะช่วยให้พวกเขา ได้รับคำแนะนำและแนวทาง จากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็น ประโยชน์ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และสร้างโอกาสใน การขายผ่านช่องทางออนไลน์	อเนกประสงค์ ชั้น ๒ อาคารรัฐประศาสน ภักดี (อาคาร B) ศูนย์ราชการ		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ในอนาคต การกระจายรายได้ ในชุมชนยังไม่เพียงพอ: ผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นแหล่ง รายได้สำคัญของชุมชน แต่การ เข้าถึงลูกค้ายังไม่กว้างพอ การ จัดโครงการนี้ช่วยเพิ่มช่องทาง การกระจายรายได้จากการ ขายสินค้า และส่งเสริม เศรษฐกิจในท้องถิ่น การขาด การเชื่อมโยงระหว่าง ผู้ประกอบการกับผู้บริโภค: ผู้ประกอบการชุมชนบางราย อาจไม่สามารถเชื่อมโยง โดยตรงกับผู้บริโภคในเมือง ใหญ่ โครงการ ROADSHOW ช่วยสร้างพื้นที่พบปะระหว่าง ผู้ประกอบการและลูกค้าตัว จริง เป็นการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีและเพิ่ม โอกาสในการขาย ขาดการ ยกระดับผลิตภัณฑ์และ มาตรฐาน: บางผลิตภัณฑ์ ชุมชนอาจยังไม่ได้รับการ พัฒนาในด้านคุณภาพและ มาตรฐานให้เหมาะสมกับ ตลาดที่กว้างขึ้น การจัด โครงการช่วยให้ผู้ประกอบการ			

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ได้เรียนรู้วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการได้รับคำแนะนำและคำติชมโดยตรงจากผู้บริโภคและภาคธุรกิจ โครงการและกิจกรรมเหล่านี้จึงมีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ช่วยพัฒนาช่องทางการตลาดและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันได้ในระยะยาว			
๒.๔ โครงการฝึกอบรมปฏิบัติการพัฒนาทักษะ Re-skill / Up Skill ผู้ประกอบการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์การฝึกอบรมปฏิบัติการ และพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน					
๑. โครงการฝึกอบรมปฏิบัติการพัฒนาทักษะ Re-skill / Up Skill ผู้ประกอบการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์การฝึกอบรมปฏิบัติการและพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน	ผู้ประกอบการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ โรงแรม Lacol Khaoyai จังหวัดนครราชสีมา	ขาดการใช้ "Soft Power" ในการสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์: ผลิตภัณฑ์ชุมชนหลายชนิดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแต่ยังไม่สามารถใช้ "Soft Power" ในการสื่อสารหรือแสดงคุณค่าให้ชัดเจน การอบรมและการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ "Soft Power" ช่วยให้ชุมชนสามารถสร้างความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น การเข้าถึงตลาดดิจิทัลที่จำกัด: แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น TikTok เป็นช่องทางที่สำคัญในการโปรโมทผลิตภัณฑ์ แต่	การบรรยายและปฏิบัติการด้านเรื่อง การใช้เครื่องมือ วิเคราะห์ "Soft Power" กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น วิทยากรได้รับเกียรติจาก ดร.คมกฤช ฤทธิ์ขจร ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์ผ้าโบราณชัยภูมิ ศิลปินร่วมสมัยแห่งชาติด้านเรขศิลป์เรื่อง การโปรโมทสินค้าให้ปังด้วยแพลตฟอร์ม Tik Tok เรื่อง ต้นทุนแพลตฟอร์ม Tik Tok ที่ห้ามพลาด โดยได้รับเกียรติจาก นางสาวพวงนีสีลา คำ Influencer Tik Tok และเจ้าของเพจ Accounting Classroom เป็นวิทยากรในครั้งนี้ ภายใต้การการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาทักษะเรื่อง ยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการส่งเสริมการตลาด	 VRU RE-SKILL UP SKILL	โครงการอบรม/บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ผู้ประกอบการชุมชนบางรายยังขาดทักษะและความรู้ในการใช้งานแพลตฟอร์มนี้ การจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ด้านการใช้ TikTok ในการโปรโมทสินค้าและวิเคราะห์ต้นทุนการใช้แพลตฟอร์มเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น ต้นทุนการตลาดที่สูงและการจัดการไม่เหมาะสม: ผู้ประกอบการหลายรายต้องเผชิญกับปัญหาต้นทุนการโปรโมทสินค้าที่สูงหรือการจัดการที่ไม่เหมาะสม ทำให้ไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้ การอบรมเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนแพลตฟอร์ม TikTok ช่วยให้ผู้ประกอบการเรียนรู้วิธีการลดต้นทุนการตลาดและการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ ขาดการพัฒนา มาตรฐานผลิตภัณฑ์: ผลิตภัณฑ์ชุมชนหลายชนิดยังไม่ได้รับการพัฒนาให้มีมาตรฐานที่สามารถแข่งขันในตลาดที่กว้างขึ้นได้ การจัดกิจกรรม Re-skill / Up-skill	วิทยากรได้รับเกียรติจาก นางสาวอาภาพร สินธุสาร ผู้อำนวยการกองเทคโนโลยีชุมชน กรมวิทยาศาสตร์ ภายใต้กิจกรรม Re-skill / Up Skill โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ณ โรงแรม Lacol Khaoyai จังหวัดนครราชสีมา		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ที่เน้นการยกระดับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมี คุณภาพตรงตามความต้องการ ของตลาด การเปลี่ยนแปลงใน ตลาดและการขาดทักษะที่ ทันสมัย: การเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยีและตลาดในยุค ดิจิทัลทำให้ผู้ประกอบการ ชุมชนต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว การจัดโครงการ Re-skill / Up-skill ช่วยให้ผู้ประกอบการ ได้พัฒนาทักษะใหม่ ๆ เพื่อให้ สามารถแข่งขันในตลาดยุค ปัจจุบันได้ การส่งเสริม การตลาดที่ยั่งยืนเพียงพอ: การ โปรโมทผลิตภัณฑ์ชุมชนยังมี ความจำกัดในด้านการเข้าถึง ผู้บริโภคและตลาดที่กว้างขวาง การจัดอบรมเรื่องการโปรโมท สินค้าผ่านแพลตฟอร์ม ออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญในการ เพิ่มยอดขายและขยายโอกาส ทางการตลาด การขาดการใช้ Soft Power เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชน: ผู้ประกอบการชุมชนอาจไม่			

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		เข้าใจวิธีการใช้ "Soft Power" เพื่อสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การจัดอบรมเกี่ยวกับการวิเคราะห์ Soft Power ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำจุดเด่นทางวัฒนธรรมและความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์มาสร้างความแตกต่างและความดึงดูดในตลาดได้ การโปรโมทสินค้ายังไม่มีประสิทธิภาพบนแพลตฟอร์มออนไลน์: การใช้แพลตฟอร์ม TikTok เป็นเครื่องมือสำคัญในการโปรโมทสินค้า แต่หลายคนยังขาดทักษะและความรู้ในการสร้างคอนเทนต์ที่น่าสนใจและเพิ่มยอดขาย การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการโปรโมทสินค้าบน TikTok ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและดึงดูดลูกค้า การวิเคราะห์ต้นทุนการใช้แพลตฟอร์ม TikTok เพื่อการตลาดที่มีประสิทธิภาพ:			

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ผู้ประกอบการชุมชนหลายราย อาจใช้ต้นทุนการโฆษณา ออนไลน์สูงเกินไปหรือขาดการ จัดการต้นทุนที่เหมาะสม การ อบรมเกี่ยวกับการวิเคราะห์ ต้นทุนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ จึงช่วยให้ผู้ประกอบการ สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายและ ได้ผลลัพธ์ที่คุ้มค่ามากขึ้น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ยังไม่ สามารถแข่งขันได้ในตลาด ใหญ่: ผู้ประกอบการชุมชน จำนวนมากขาดความรู้ด้าน การยกระดับมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถ แข่งขันในตลาดที่มีความ ต้องการสูงขึ้น การอบรมเรื่อง การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มความสามารถใน การแข่งขันช่วยเสริมความ พร้อมให้กับชุมชนในการเข้าสู่ ตลาดระดับชาติและสากล ความจำเป็นในการพัฒนาและ เสริมทักษะใหม่ ๆ (Re- skill/Up-skill): ตลาดและ เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลง อย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการ			

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ต้องปรับตัวและเสริมทักษะใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนี้ การอบรมเชิงปฏิบัติการที่เน้นการพัฒนาและปรับทักษะจึงช่วยให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมที่จะปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงของตลาด ความยั่งยืนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตลาด: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ยั่งยืนและสามารถอยู่ในตลาดได้ในระยะยาวเป็นความท้าทาย การจัดกิจกรรมที่เน้นการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งและยั่งยืนสำหรับชุมชน การจัดโครงการและกิจกรรมเหล่านี้จึงช่วยแก้ไขปัญหาและความท้าทายที่ผู้ประกอบการชุมชนต้องเผชิญ ส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาทักษะและมาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อแข่งขันในตลาดออนไลน์และตลาดสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ			

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านสังคม					
๓. โครงการชุมชนดิจิทัล (Digital Community) เพื่อรองรับสังคมศตวรรษที่ ๒๑					
๑. โครงการชุมชนดิจิทัล (Digital Community) เพื่อรองรับสังคมศตวรรษที่ ๒๑	ชุมชนตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี และประชาชนในพื้นที่ จากอำเภอต่างๆ ดังนี้ ๑. อำเภอเมืองปทุมธานี ๒. อำเภอลองหลวง ๓. อำเภอธัญบุรี ๔. อำเภอลาดหลุมแก้ว ๕. อำเภอลำลูกกา ๖. อำเภอหนองเสือ ๗. อำเภอสามโคก	- จากการลงพื้นที่เพื่อประเมินศักยภาพ และความสามารถด้านทักษะเทคโนโลยีดิจิทัลของคนในชุมชน และได้ทำการสอบถามปัญหาการใช้งานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและสอบถามความต้องการการพัฒนาทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลกับประชาชนในพื้นที่ชุมชนของจังหวัดปทุมธานี เมื่อวันที่ ๑๗ ม.ค. ๖๗ สรุปได้ดังนี้ ๑. จัดกิจกรรม (ไฟกัสรูป) มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้นจำนวน ๑๓๐ คน โดยเป็นประชาชนในพื้นที่ชุมชน จากอำเภอต่างๆ ทั้ง ๗ อำเภอ ๒. ดำเนินการสอบถามข้อมูลกับผู้เข้าร่วมกิจกรรมและสอบถามความต้องการพัฒนาทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลโดยใช้แบบสอบถามความต้องการพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลรูปแบบการสอบถามตัวต่อตัว จำนวน ๑๓๐ คน พบว่าประชาชนส่วนมากมีความ	จากปัญหาที่พบความต้องการของประชาชนส่วนมากมีความต้องการเข้ารับการอบรมความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวน ๓ หลักสูตร ดังกล่าว ดังนี้ ๑. จัดกิจกรรม เตรียมความพร้อมและพัฒนาทักษะความรู้สำหรับวิทยากรอบรม "Train the Trainer" ให้กับบุคลากรสายวิชาการ และบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัย ที่เป็นคณะกรรมการดำเนินงานชุมชนดิจิทัล จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้บุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุน สามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปถ่ายทอดความรู้ให้กับประชาชนชาวบ้านกลุ่มเป้าหมายในกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับประชาชนในชุมชน ที่จะจัดขึ้นในพื้นที่ชุมชนครั้งต่อไป ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยวิทยากร การจัดอบรมหลักสูตรการใช้งาน Smart Phone เบื้องต้น การผลิต Digital Content ด้วย Smart Phone และอีคอมเมิร์ซเบื้องต้น เมื่อวันที่ ๓๑ ม.ค. ๖๗ ๒. จัดกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับประชาชนในชุมชน จังหวัดปทุมธานี โดยมีเนื้อหาใน	เชิงปริมาณ ๑. มีเครือข่ายการบูรณาการแบบจตุรภาคี (รัฐ เอกชน ชุมชน มหาวิทยาลัย) จำนวน ๒ เครือข่าย ๑.๑ ภาครัฐ ๑ เครือข่าย (สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ ๑ (สสว.๑) ตำบลรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี) ๑.๒ ภาคชุมชน ๑ เครือข่าย (ศูนย์ประสานงานและพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ วัดชัยสิทธิवास ตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี) ๒. ประชาชนทุกช่วงวัยในพื้นที่ชุมชนเป้าหมายจำนวน ๑๒๐ คน ได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๓๓ จากจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดคือ ๑๓๙ คน ๓. ประชาชนในพื้นที่ชุมชนเป้าหมายสามารถนำทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนา	โครงการพัฒนา โครงการอบรม/ บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ต้องการเข้ารับการอบรมความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวน ๓ หลักสูตร คือ ๑) การใช้งานโทรศัพท์มือถือเบื้องต้น ๒) การถ่าย คลิปวิดีโอ และการตัดต่อด้วยมือถือ ๓) การทำการค้าออนไลน์	การอบรม ได้แก่วิธีการใช้เงินดิจิทัลของแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น แอปธนาคาร แอปเป๋าตัง เป็นต้น และรวมถึงวิธีการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smart Phone) เบื้องต้น วิธีการผลิตสื่อ Digital Content เช่น เทคนิคการถ่ายภาพสินค้าชุมชนให้น่าสนใจ ด้วยเทคนิคภาพจุดตัด ๙ ช่องของสมาร์ทโฟน (Smart Phone) เทคนิคการขายสินค้าบนโลกออนไลน์ (อีคอมเมิร์ซ) เบื้องต้น จำนวน ๒ วัน ระหว่างวันที่ ๗ - ๘ มี.ค. ๖๗ ๓. ดำเนินการจัดการผลิตและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง สำหรับคนทุกช่วงวันในรูปแบบออนไลน์ จำนวน ๔ หลักสูตร ดังต่อไปนี้ ๑) หลักสูตรการใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้น ๒) หลักสูตรการผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ด้วยสมาร์ทโฟน ๓) หลักสูตรอีคอมเมิร์ซ ๔) หลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ บทเรียนออนไลน์สามารถเรียนแบบ e-Learning และ mobile-Learning และดำเนินการติดตั้งสื่อการเรียนการสอนออนไลน์ที่ผลิตเรียบร้อยแล้วลงในระบบเว็บไซต์	คุณภาพชีวิตด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม ร้อยละ ๒๐ ๔. จำนวนผลงาน/องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่นำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเชิงพื้นที่ ๑ ผลงาน/๔ หลักสูตร คือ สื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองสำหรับคนทุกช่วงวัยในรูปแบบออนไลน์ ๔ หลักสูตร เชิงคุณภาพ ๑. ประชาชนในพื้นที่ชุมชนเป้าหมายเข้าถึงบริการภาครัฐได้อย่างเท่าเทียม เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐ ๒. มีชุมชนต้นแบบด้านดิจิทัล (Digital Community) จำนวน ๑ ชุมชน	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
			https://lib.vru.ac.th/index.php/vrudigitalcommunity/ ๔. กิจกรรมมอบวุฒิบัตร ผู้ผ่านการอบรมพัฒนาทักษะด้าน เทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับประชาชนใน ชุมชน จังหวัดปทุมธานี เพื่อแสดงว่า บุคคลกลุ่มเป้าหมายที่ผ่านการอบรม และ เป็นตัวแทนของคนในชุมชนอำเภอต่างๆ ได้มีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถนำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดพัฒนา ต่อยอดความรู้จากคนสู่คน และเพื่อเป็น การพัฒนาผู้นำชุมชนที่มีองค์ความรู้ด้าน เทคโนโลยีดิจิทัลที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป เมื่อวันที่ ๗ มิ.ย. ๖๗ ๕. ดำเนินการเปิดศูนย์ชุมชนต้นแบบด้าน ดิจิทัลร่วมกับเครือข่ายศูนย์ประสานงาน และพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ ณ อาคาร ศูนย์ประสานงานและพัฒนาศักยภาพ ผู้สูงอายุ วัดชัยสิทธิवास ตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็น ศูนย์กลางการถ่ายทอดให้ความรู้และ สำหรับใช้ในการตรวจสอบ วิเคราะห์และใช้ เป็นเป้าหมายในการวางแผนแก้ไขปัญหา และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน เมื่อ วันที่ ๗ มิ.ย. ๖๗		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านสิ่งแวดล้อม					
๔. โครงการศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน					
๔.๑ โครงการศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน					
๑. การขับเคลื่อนศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและส่งเสริมการเรียนรู้ตามแนวพระราชดำริและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ และ ๔ ศูนย์การเรียนรู้ภายนอกมหาวิทยาลัยในพื้นที่ของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ - ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านคลองห้า หมู่ที่ ๖ - ศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงก้าวหน้าตามรอยพ่อ (ตำบลหน้าไม้) - ศูนย์การเรียนรู้ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก (บ้านสวนพันธุ์ผัก) - ศูนย์การเรียนรู้ตำบลคลองพระอุดม	พัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่ดำเนินการภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยให้มีความพร้อมสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้กับนักเรียน นักศึกษา และบุคลากรมหาวิทยาลัย ประชาชนในชุมชน และบุคคลทั่วไปที่สนใจ	๑. ออกแบบและพัฒนาศูนย์เรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกให้มีความพร้อมกับการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยใน ๔ พื้นที่ของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ตำบลคลองห้า ตำบลคลองควาย ตำบลคลองพระอุดม และตำบลหน้าไม้ ๒. สร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ ๓. จัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ให้กับนักศึกษาที่เรียนรายวิชาตามรอยพระยุคลบาท นักศึกษาและประชาชนที่สนใจทั่วไป ๔. จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ตามศาสตร์พระราชา และหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จัดกิจกรรมอบรมให้กับบุคลากรใหม่ ทั้งสายวิชาและสายสนับสนุนให้ได้รับการพัฒนาและเรียนรู้ตามแนวพระราชดำริและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ในวันที่ ๒๘ -๒๙ มีนาคม ๒๕๖๗ โดยให้บุคลากรใหม่ได้รับการพัฒนาและเรียนรู้ตามแนวพระราชดำริ โดยลงมือปฏิบัติจริงในกิจกรรมทำนุยาอ่อนเกษตรสังคม กิจกรรมลูกอมปลาอารมณ์	เชิงปริมาณ ๑. จำนวนศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงภายในมหาวิทยาลัย จำนวน ๑ แห่ง และภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน ๔ แห่ง ๒. องค์ความรู้ เรื่อง หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และนวัตกรรมการเรียนรู้ ๔ นวัตกรรม ได้แก่ นวัตกรรมการเรียนรู้ ชุดกิจกรรมการสร้างศิลปะจากพืชสมุนไพรสำหรับเด็ก และเยาวชน ระบบการเพาะเลี้ยงผักสลัดในกล่องโฟม และระบบการเพาะเลี้ยงเห็ด IoT ๓. ร้อยละ ๘๐ ของบุคลากรใหม่ที่ได้รับการพัฒนา /เรียนรู้ตามแนวพระราชดำริและหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง นำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานและปฏิบัติงานได้ ๔. จำนวนนักศึกษาและประชาชนที่เข้าร่วมถ่ายทอดองค์	โครงการอบรม/บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
			ดี กิจกรรมแกนวิซปลา การเตรียมดินเพื่อ การปลูกพืช การทำเกษตรเมือง การปลูก ผักเพื่อธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	ความรู้หรือนวัตกรรมจำนวน ๑,๓๗๕ คน ๕. เครือข่ายความร่วมมือกับ ชุมชน ไม่น้อยกว่า ๔ เครือข่าย เชิงคุณภาพ ๑) นักเรียน นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรในมหาวิทยาลัยและ ประชาชนทั่วไปได้รับความรู้จาก การเข้าเยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียง ๒) มีบุคคลต้นแบบแห่งวิถีตาม หลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงที่ได้รับการแต่งตั้งจาก มหาวิทยาลัยประชุมคัดเลือก บุคคลต้นแบบ จำนวน ๙ รางวัล	
๒. สสำรวจทรัพยากรพืช และสิ่งมีชีวิตและเก็บ รวบรวมตัวอย่างแห้งและ ดองเพื่อเป็นสื่อการเรียนรู้	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์	เพิ่มตัวอย่างสิ่งมีชีวิตไว้เป็น แหล่งอ้างอิง สำหรับการศึกษา ค้นคว้า และฝึกปฏิบัติ ให้แก่ ครู นักศึกษา บุคลากรภายใน มหาวิทยาลัย โรงเรียนและ ท้องถิ่นที่สนใจเกี่ยวกับงาน สวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและ ฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้เกิด การเรียนรู้และการอนุรักษ์ ทรัพยากร	จัดกิจกรรมสำรวจทรัพยากรพืชและ สิ่งมีชีวิตและเก็บรวบรวมตัวอย่างแห้งและ ดองเพื่อเป็นสื่อการเรียนรู้ ภายใต้โครงการ ศูนย์การเรียนรู้เพื่อการบริหารจัดการ ทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน (โครงการ อนุรักษ์พันธุกรรมพืช-ปทุมธานี และศูนย์ การเรียนรู้ศาสตร์พระราชา-สระแก้ว) เพื่อ เป็นแหล่งเก็บตัวอย่างไว้เป็นแหล่งอ้างอิง ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	ได้ตัวอย่างแห้งและดองของการ ทรัพยากรและสิ่งมีชีวิตในท้องถิ่น เพื่อให้นักเรียน นักศึกษา บุคลากรและผู้สนใจ มีความรู้ ความเข้าใจในการทรัพยากรและ สิ่งมีชีวิตในมหาวิทยาลัย	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
๓. การปลูกรักษาต้นไม้ในโครงการพระราชดำริ (สัสมเหล็กซ์/สัสมยามินทร์/แฝก)	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	ต้นไม้ จึงช่วยลดภาวะโลกร้อน และเพิ่มปริมาณความชื้นได้อีกด้วย ที่สำคัญมีต้นไม้บางชนิดที่สามารถนำปริมาณการดูดซึบคาร์บอนมาคำนวณ แลกเปลี่ยนเป็นคาร์บอนเครดิตเพื่อนำมาซื้อขายในตลาดคาร์บอนเครดิตได้ โดยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จะนำมาสะสมไว้ตามส่วนต่างๆ ใบ กิ่ง ลำต้น และรากใต้ดิน	โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืช มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จึงได้จัดทำกิจกรรมการปลูกรักษาต้นไม้ในโครงการพระราชดำริ (สัสมเหล็กซ์/สัสมยามินทร์/แฝก) ภายใต้โครงการศูนย์การเรียนรู้เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน (โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืช-ปทุมธานี และศูนย์การเรียนรู้ศาสตร์พระราชา-สระแก้ว) เพื่อนำมาปลูกขยายพันธุ์และนำมาใช้และการใช้ประโยชน์ในโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืช มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ให้เป็นแหล่งเรียนรู้พืชที่อนุรักษ์ดำเนินกิจกรรมปลูกต้นไม้เมื่อวันที่ ๑๐ กรกฎาคม ๒๕๖๗	- ได้แหล่งเรียนรู้พืชที่อนุรักษ์ทรัพยากร ในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ให้กับนักศึกษา บุคลากรและผู้สนใจ - ได้เก็บรวบรวมพันธุกรรมพืชและนำมาปลูกในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์	โครงการพัฒนา
๔. สร้างจิตสำนึกสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและงานฐานทรัพยากรท้องถิ่น	โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี-มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ (อพ.สธ.-มรวอ.)	ศูนย์ประสานงานโครงการอพ.สธ.-มรวอ. มีหน้าที่สร้างจิตสำนึกสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและงานฐานทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อให้หน่วยงานสนองพระราชดำริโครงการ อพ.สธ. สามารถดำเนินงานได้ตามแนวทางสนองพระราชดำริ	จัดกิจกรรมการอบรมและประชุมเชิงปฏิบัติการงานสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและงานฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้แก่ ครู นักศึกษา บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ โรงเรียนและท้องถิ่น ที่สนใจเกี่ยวกับงานสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้เกิดการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรจำนวน ๓ ครั้ง ดังนี้	๑) ศูนย์ประสานงานโครงการอพ.สธ.-มรวอ. เป็นศูนย์กลางในการเป็นแหล่งเรียนรู้ ศึกษาและถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องงานสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและงานฐานทรัพยากรท้องถิ่น ให้กับหน่วยงานที่สนใจเข้าร่วม และ/หรือสนองพระราชดำริโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ รวมจำนวน ๑๒๐ คน	โครงการอบรม/บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
			๑) กิจกรรมสร้างจิตสำนึกสวน พฤกษศาสตร์โรงเรียน/กิจกรรมเครือข่าย ฐานทรัพยากรท้องถิ่น ระหว่างวันที่ ๑๙ – ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๖ ๒) กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการ สต๊าฟแมลงและใช้ประโยชน์จากแมลงได้ วันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ ๓) กิจกรรมอบรมงานฐานทรัพยากร ท้องถิ่น หลักสูตร ๖ ใบงาน ระหว่างวันที่ ๔ – ๗ มิถุนายน ๒๕๖๗ ๔. กิจกรรมอบรมงานฐานทรัพยากร ท้องถิ่นในการเก็บข้อมูล ๙ ใบงาน ลงใน ฐานข้อมูลทรัพยากร อพ.สธ. วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗	๒) เกิดเครือข่ายใหม่ที่เข้า ร่วมงานสวนพฤกษศาสตร์ โรงเรียนหรืองานฐานทรัพยากร ท้องถิ่น จำนวน ๓ หน่วยงาน ได้แก่ (๑) โรงเรียนราชประชา สมาสัย ฝ่ายมัธยม รัชดาภิเษก ในพระบรมราชูปถัมภ์ กรุงเทพมหานคร (๒) วิทยาลัยเทคนิคฉะเชิงเทรา ฉะเชิงเทรา (๓) องค์การบริหารส่วนตำบลตา หลังใน อำเภอดงหลวง จังหวัด สระแก้ว	
๕. จัดทำฐานข้อมูลความ หลากหลายทางชีวภาพ (๙ ใบงาน)	สมาชิกสวนพฤกษศาสตร์ โรงเรียนและสมาชิกงานฐาน ทรัพยากรท้องถิ่น และ คณะกรรมการดำเนินงาน โครงการฯ อพ.สธ. จังหวัด ปทุมธานี	สมาชิกสวนพฤกษศาสตร์ โรงเรียนและสมาชิกงานฐาน ทรัพยากรท้องถิ่นที่ร่วมสนอง พระราชดำริยังดำเนินการ กรอกข้อมูลเข้าระบบงาน ฐานข้อมูลทรัพยากรท้องถิ่น อพ.สธ. น้อย และบาง หน่วยงานยังไม่ได้ขอเปิดสิทธิ์ เพื่อกรอกข้อมูลในระบบมายัง ศูนย์ประสานงาน อพ.สธ.	โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอัน เนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพ รัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี- มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน พระบรมราชูปถัมภ์ (อพ.สธ.-มรวอ.) จัด อบรมงานฐานทรัพยากรท้องถิ่นในการ เก็บข้อมูล ๙ ใบงาน ลงในฐานข้อมูล ทรัพยากร อพ.สธ. ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	๑. มีกระบวนการถ่ายทอดและ ลงมือปฏิบัติเก็บข้อมูล ๙ ใบงาน ๒. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจาก หน่วยงานที่ร่วมสนอง พระราชดำริฯ จำนวน ๔๓ คน สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไป ขยายผลและใช้ประโยชน์เพื่อ ดำเนินงานจัดทำฐานทรัพยากร ท้องถิ่น ตามเป้าหมายของ โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืช อันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ	โครงการอบรม/ บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๖. บริหารจัดการศูนย์ สัมมนาโครงการอนุรักษ์ พันธุกรรมพืช	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์	พัฒนาแหล่งเรียนรู้ของศูนย์ ประสานงานโครงการอนุรักษ์ พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจาก พระราชดำริ สมเด็จพระเทพ รัตนราชสุดาฯ สยามบรมราช กุมารี-มหาวิทยาลัยราชภัฏว ไลยอลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์ (อพ.สธ.-มรวอ.) ให้ มีความพร้อมสมบูรณ์มาก ยิ่งขึ้น ในการอบรมสร้าง จิตสำนึกสวนพฤกษศาสตร์ โรงเรียนและงานฐาน ทรัพยากรท้องถิ่น	พัฒนา ดูแล และปรับปรุงสถานที่ให้มี ความพร้อมสำหรับเป็นศูนย์เผยแพร่ ความรู้เรื่องฐานทรัพยากรท้องถิ่น งาน สวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนฯ เป็นสถานที่ จัดกิจกรรมอบรมและฝึกปฏิบัติ ให้แก่ ครู นักศึกษา บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์ โรงเรียนและท้องถิ่น ที่สนใจ หน่วยงานที่สนองพระราชดำริ ให้เกิดการ สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	มหาวิทยาลัยได้สนอง พระราชดำริ โดยศูนย์ ประสานงานโครงการอนุรักษ์ พันธุกรรมพืช เพื่อใช้เป็นสถานที่ สำหรับอบรมและฝึกปฏิบัติ ให้แก่ ครู นักศึกษา บุคลากร ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ โรงเรียนและท้องถิ่น ที่สนใจ เกี่ยวกับงานสวนพฤกษศาสตร์ โรงเรียนและฐานทรัพยากร ท้องถิ่น ให้เกิดการสร้างจิตสำนึก ในการอนุรักษ์ทรัพยากร จำนวน ๓๒๐ คน	โครงการพัฒนา
๗. ประชุมวิชาการ/ นิทรรศการนำเสนอ ผลงานของโครงการ อนุรักษ์พันธุกรรมพืช	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ศูนย์แม่ริม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ / ผู้เข้าชม นิทรรศการสวนพฤกษศาสตร์ โรงเรียนและฐานทรัพยากร ท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ครั้งที่ ๗ จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐๐ คน	การจัดประชุมวิชาการเพื่อ นำเสนอผลงานและ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้าน การอนุรักษ์ทรัพยากรไทย เพื่อให้เด็กและเยาวชน ประชาชน ตลอดจนหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน ได้ ตระหนักถึงคุณค่าและ ความสำคัญของการอนุรักษ์ ทรัพยากร ซึ่งเป็นปัจจัยที่ใช้ใน การเรียนรู้ธรรมชาติแห่งชีวิต สรรพสิ่งล้วนพันเกี่ยว ประโยชน์แท้แก่มหาชน	๑. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน พระบรมราชูปถัมภ์ นำพืชที่มีความสำคัญ กับชุมชน ท้องถิ่น วัฒนธรรมภูมิปัญญา เช่น วัฒนธรรมมอญในจังหวัดปทุมธานี (อาหารและเครื่องแต่งกาย) สืบทอด ประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ของชาวมอญ ในจังหวัดปทุมธานีที่มีเอกลักษณ์และ แตกต่างจากวัฒนธรรมมอญในพื้นที่อื่น จึง นำมาพัฒนาต่อยอดเพิ่มศักยภาพให้ชุมชน เห็นคุณค่า ความสำคัญและเกิดจิตสำนึก ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากร วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิด	- นักศึกษา บุคลากร และผู้เข้า ชมนิทรรศการ ที่ มหาวิทยาลัย ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มีจิตสำนึก ในการอนุรักษ์ทรัพยากร - ได้เผยแพร่ผลการดำเนินงาน สวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและ ฐานทรัพยากรท้องถิ่น	โครงการอบรม/ บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		นำไปสู่การผันสู่วิถีใหม่ในฐาน ไทย เพื่อก้าวสู่โลกกว้างอย่าง มั่นใจ	ความรู้สึกร่วมกัน ร่วมกันปกป้องรักษา ทรัพยากรไว้ใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน ๒. ศูนย์ประสานงานเข้าแสดงผลงานใน นิทรรศการสวนพฤกษศาสตร์โรงเรียนและ ฐานทรัพยากรท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ครั้งที่ ๗ คัดเลือกผลงานเด่นของศูนย์ ประสานงาน อพ.สธ.-มรทอ. ที่แสดงถึง ความสำคัญของทรัพยากรในท้องถิ่นใน เรื่องวัฒนธรรมมอญในจังหวัดปทุมธานี ซึ่ง ได้แก่ “พริกกะเกลือ ผงโรยข้าวแบบ มอญ” และนำเสนอในกิจกรรมประชุม วิชาการ/นิทรรศการนำเสนอผลงาน โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืช ระหว่าง วันที่ ๒๐ – ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๖๖ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ศูนย์แมริม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗		
๘. พัฒนาแหล่งเรียน แปลงอนุรักษ์พันธุ์ไม้ พื้นเมืองและบ้านชีวิวิถี พอเพียง (กล้วย/บัว)	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์	การขยายตัวของสังคมเมืองมี การเปลี่ยนพื้นที่ที่เคยเคยปลูก อาหารและผักสวนครัว กลายเป็นตึกและอาคารสูงเพิ่ม จำนวนมาก จึงทำให้เกษตรกร หันมาใช้สารเคมี ใช้พันธุกรรม และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่ม ปริมาณของผลผลิตให้ได้ จำนวนมาก ซึ่งการใช้สารเคมี	๑. นำแนวพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพล อดุลยเดช ที่ว่า อยู่ที่เราพออยู่พอกินและมี เศรษฐกิจการเป็นอยู่แบบพออยู่พอกิน แบบพอมีพอกิน หมายความว่าอุ้มชูตัวเอง ได้ให้มีพอเพียงกับตัวเอง” เพราะฉะนั้น เพื่อสืบสานพระราชปณิธานของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เรื่อง เศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติ ซึ่ง	ได้พัฒนาแหล่งเรียนรู้แปลง อนุรักษ์พันธุ์ไม้พื้นเมืองและบ้าน ชีวิวิถี จำนวน ๑ แหล่ง เพื่อส่งเสริม นักเรียน นักศึกษา และบุคลากร มหาวิทยาลัย ประชาชนและ บุคคลทั่วไปที่สนใจ	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ส่งผลเสียต่อความอุดมสมบูรณ์ ของดิน น้ำ ป่าไม้ และยังส่งผล เสียต่อร่างกายของทั้งผู้ผลิต และผู้บริโภคอีกด้วย	ประกอบด้วย ๔ เรื่อง ได้แก่ การปลูกพืช (กสิกรรม) การเลี้ยงปลาในบ่อขนาดเล็ก (ประมง) การเลี้ยงไก่ไว้กินไข่(ปศุสัตว์) และการบำบัดน้ำเสีย (สิ่งแวดล้อม) บ้าน ชีวิวิถีจะอยู่และพึงพิงธรรมชาติให้เกิด ประโยชน์และลดการใช้สารเคมี เพื่อ อนุรักษ์พันธุ์ไม้พื้นเมืองและพันธุ์ สิ่งแวดล้อม ๒. ดำเนินพัฒนาพื้นที่ศูนย์ ประสานงานโครงการ อพ.สร. ให้พร้อมเป็นแหล่งเรียนรู้และ เป็นพื้นที่ในการฝึกอบรมต่าง ๆ ๓. ใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมและ เรียนรู้ทางการเกษตรให้เกิดการ อนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน ให้แก่ ครู นักศึกษา บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์ โรงเรียนและ ท้องถิ่น ที่สนใจเกี่ยวกับงานสวน พฤกษศาสตร์โรงเรียนและฐาน ทรัพยากรท้องถิ่น		
๙. โครงการศูนย์การ เรียนรู้ศาสตร์พระราชา- สระแก้ว	มรภ.วไลยอลงกรณ์ฯ จังหวัดสระแก้ว	ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตร มูลนิธิรัฐบุรุษ พลเอก เปรม ติณสูลานนท์	ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตร มูลนิธิรัฐบุรุษ พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตร มูลนิธิรัฐบุรุษ พลเอก เปรม ติณสูลานนท์	โครงการอบรม/ บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๑๐. ศูนย์การเรียนรู้และ พัฒนาข้าวครบวงจร เพื่อ การพัฒนาการบริหาร จัดการทรัพยากรชุมชน อย่างยั่งยืน	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์ และพื้นที่ การ บริการของมหาวิทยาลัย จังหวัดปทุมธานี	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์ ตระหนักถึง ความสำคัญของข้าว ทั้งด้าน การพัฒนาศักยภาพคนและ การบริหารจัดการทรัพยากรที่มี คุณค่าเป็นรากฐานสำคัญต่อ การสร้างเสริมความเข้มแข็งอย่าง ยั่งยืนชุมชน และประเทศได้ อย่างยั่งยืน จึงมีความมุ่งมั่นใน การพัฒนาการเรียนรู้ร่วมกับ ชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่ที่ มหาวิทยาลัยให้บริการ ให้มี ความรู้ ทักษะ และสมรรถนะ ในการเพิ่มมูลค่าโดยการ พัฒนาข้าวในการบริหาร จัดการการผลิต การแปรรูป และการตลาด สนับสนุนการ ดำเนินงานแบบบูรณาการ ร่วมกัน โดยนำหลักการสำคัญ จากยุทธศาสตร์ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏ มุ่งหวังให้ การบริหารและพัฒนา ทรัพยากร เป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผ่านการจัดตั้งและดำเนินงาน “ศูนย์การเรียนรู้และพัฒนา	๑. การบูรณาการองค์ความรู้ นวัตกรรมใน การบริหารจัดการทรัพยากรในชุมชนอย่าง ยั่งยืน ๒. สร้างการตระหนักรู้ด้านการจัดการ ทรัพยากรในชุมชน การหมุนเวียนการใช้ ประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ให้เกิดประสิทธิภาพ ๓. พัฒนาศักยภาพบุคลากรในการใช้ ทรัพยากรร่วมกับชุมชนด้วยองค์ความรู้ นวัตกรรมไปใช้จัดการกับปัญหาทรัพยากร ที่ทำทลายแรงกดดันในพื้นที่ ๔. พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบเพื่อ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับการ บริหารจัดการทรัพยากรชุมชนในท้องถิ่น ให้มีระบบฐานข้อมูลทรัพยากร และ เครือข่ายบูรณาการที่รับผิดชอบดูแล ทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน สำหรับปีงบประมาณ ๒๕๖๗ ซึ่งเป็น ปีแรกของการดำเนินงานนี้ได้มุ่งเน้นการ พัฒนาข้าวหอมปทุมธานี๑ ซึ่งเป็นข้าวที่ได้ ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของจังหวัดปทุมธานี มุ่ง ๓ ประเด็น คือ ๑. ข้าวเต็มเมล็ด : ร่วมกันสร้างตลาดใหม่ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันข้าวหอม ปทุมธานี ๑	๑. มี ๑ ศูนย์การเรียนรู้ แบบ บูรณาการพื้นที่ชุมชน ในการ บริหารจัดการทรัพยากรข้าวใน ชุมชน เพื่อเป็นศูนย์กลางในการ เป็นแหล่งเรียนรู้ ศึกษา และ ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่คนใน ชุมชน ๒. มหาวิทยาลัยได้ใช้ศักยภาพ การบูรณาการ ๔ องค์ความรู้ หรือนวัตกรรมร่วมกับชุมชนใน การบริหารจัดการทรัพยากร การ แก้ปัญหาและการใช้ประโยชน์ใน พื้นที่อย่างเป็นระบบ ด้วยการบูร ณาการองค์ความรู้ นวัตกรรมใน การบริหารจัดการทรัพยากรข้าว หอมปทุมธานี ๑ ซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของจังหวัด ปทุมธานี จัดนิทรรศการ และกิจกรรมการ เรียนรู้เพื่อสร้างการตระหนักรู้ ด้านการจัดการทรัพยากรข้าว และการใช้ประโยชน์ ๓. ประชาชนในชุมชน/หน่วยงาน เครือข่ายจำนวน ๑๐๐ คน ได้รับ การถ่ายทอดองค์ความรู้ นวัตกรรม ในการบริหารจัดการ แก้ปัญหาหรือขยายผลหรือ	โครงการพัฒนา

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ข้าวครบวงจร เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการ ทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน” เพื่อให้มีสถานที่ศึกษาดูงาน และหลักสูตรฝึกอบรมด้านข้าว โดยทำเป็นสถานการเรียนรู้ และถ่ายทอดเทคโนโลยีด้าน ข้าว เพื่อให้เกษตรกร ชุมชน และเครือข่าย รวมทั้งผู้สนใจ สามารถเรียนรู้ เพิ่มทักษะการ ผลิต เพิ่มมูลค่าและการแปรรูป ข้าว และการตลาดที่ทันสมัย และสอดคล้องกับชุมชน การ นำความรู้และทักษะที่ได้ใช้ ประโยชน์อย่างเต็มที่ สามารถ การบริหารจัดการและเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตข้าว สร้างรายได้เพิ่มให้กับ เกษตรกร ลดต้นทุนการผลิต ข้าว และยกระดับคุณภาพข้าว ด้วยการผลิตสินค้าเกษตร ปลอดภัย ควบคู่ไปกับการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ ด้านข้าว พร้อมพื้นที่แสดง นิทรรศการและสื่อการส่งเสริม พร้อมทั้งพื้นที่โครงการฟาร์ม	๒. ข้าวหัก : หาแนวทางแปรรูปเพิ่มมูลค่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกร กลุ่มอาชีพ สามารถทำได้ไม่ยุ่งยาก และสอดคล้องกับ วัฒนธรรมหรือของดีของจังหวัด แบ่งกิจกรรมได้ ดังนี้ กิจกรรมที่ ๑ การเรียนรู้ระบบบริหาร จัดการทรัพยากรการผลิตข้าวและแปลง นา โดยเชิญปราชญ์ชุมชนเป็นวิทยากร เรียนรู้ผ่านแปลงนาสาธิตของ มหาวิทยาลัย กิจกรรมที่ ๒ ต้นแบบความร่วมมือทาง การตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ภายใต้แบรนด์ “หอมวไลย” โดยข้าวหอม ปทุมธานี ๑ ทั้งข้าวกล้องออร์แกนิก และ ข้าวสารจากชุมชน บรรจุถุงขนาด ๒ กก. พร้อม เพจตลาดออนไลน์ กิจกรรมที่ ๓ การจัดการการใช้ประโยชน์ ของทรัพยากรผลพลอยได้จากข้าว (ข้าว หัก) โดยทำการพัฒนานวัตกรรมเป็น ผลิตภัณฑ์อาหาร ๒ ชนิด และไม่ใช่ อาหาร ๑ ชนิด พร้อมจัดกิจกรรม นิทรรศการเผยแพร่ เพื่อสร้างความ ตระหนักและจัดอบรมเพื่อสามารถนำใช้ ประโยชน์ได้	นำไปใช้ประโยชน์ทรัพยากรข้าว อย่างคุ้มค่าในพื้นที่ ๔. มากกว่า ร้อยละ ๓๐ ของ ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการ เกิด การตระหนักรู้ในการจัดการ แก้ปัญหาหรือหรือนำไปใช้ ประโยชน์ทรัพยากรข้าวในพื้นที่ ๕. ร้อยละ ๕ ของประชาชนที่เข้า ร่วมโครงการสามารถนำองค์ ความรู้หรือนวัตกรรมไป แก้ปัญหาหรือขยายผลหรือ นำไปใช้ประโยชน์	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ตัวอย่าง โดยเปิดให้นักเรียน นักศึกษา เกษตรกร ชุมชน ผู้ประกอบการตลอดจนผู้สนใจ ทั่วไป ได้เข้ามาศึกษาองค์ ความรู้เรื่องข้าวอย่างครบวงจร ตลอดจนหลักสูตรการ ฝึกอบรมระยะสั้น พร้อม ถ่ายทอดเทคโนโลยี	๑) แบ่งเค้กกล้วยหอมกิ่งสำเร็จรูป โดยใช้แป้งข้าวหอมปทุมร้อยละ ๑๐๐ (Gluten free) ๒) แบ่งสำเร็จรูปสำหรับทำขนม ถัวยการทำสบู่อครีบกจากข้าว ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗		
๑๑. ศูนย์รับรองคุณวุฒิ วิชาชีพด้านเกษตรกรรม และการผลิตอาหาร	๑. อำเภอคลองหาด จังหวัด สระแก้ว ๒. อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัด สระแก้ว ๓. สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น (จำกัด) อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	๑. มีการเพาะปลูกชมพู แต่ เกษตรกรยังขาดสมรรถนะใน การปฏิบัติงานคัดแยกคุณภาพ ชมพูให้เป็นไปตามมาตรฐาน อาชีพ ๒. มีการเพาะปลูกลำไย แต่ เกษตรกรยังขาดสมรรถนะใน การปฏิบัติงานคัดแยกคุณภาพ ลำไยให้เป็นไปตามมาตรฐาน อาชีพ ๓. โรงงานแปรรูปนมของ สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น (จำกัด) มีบุคคลกรในอาชีพนักประกัน คุณภาพผลิตภัณฑ์นม ที่ยัง ไม่ได้รับการรับรองสมรรถนะ ในอาชีพ ระดับ ๔	๑. จัดอบรมและประเมินสมรรถนะบุคคลตาม มาตรฐานอาชีพ ผู้ปฏิบัติงานคัดแยกคุณภาพ ชมพู ระดับ ๓ จำนวน ๓ รุ่น ๒. จัดอบรมและประเมินสมรรถนะบุคคลตาม มาตรฐานอาชีพ ผู้ปฏิบัติงานคัดแยกคุณภาพ ลำไย ระดับ ๔ จำนวน ๑ รุ่น ๓. จัดอบรมและประเมินสมรรถนะบุคคลตาม มาตรฐานอาชีพ นักประกันคุณภาพ ผลิตภัณฑ์นม ระดับ ๔ จำนวน ๑ รุ่น ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	๑. เกษตรกรและนักเรียนใน อำเภอคลองหาดได้รับ ประกาศนียบัตรคุณวุฒิวิชาชีพ อาชีพผู้ปฏิบัติงานคัดแยก คุณภาพชมพู ระดับ ๓ จำนวน ๙๖ คน ๒. เกษตรกรอำเภอเขาฉกรรจ์ ได้รับประกาศนียบัตรคุณวุฒิ วิชาชีพ อาชีพผู้ปฏิบัติงานคัด แยกคุณภาพลำไย ระดับ ๔ จำนวน ๑๘ คน ๓. บุคลากรโรงงานแปรรูปนม สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น (จำกัด) ได้รับประกาศนียบัตรคุณวุฒิ วิชาชีพ อาชีพนักประกันคุณภาพ ผลิตภัณฑ์นม ระดับ ๔ จำนวน ๘ คน	โครงการอบรม/ บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
๕. โครงการการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น					
๕.๑ โครงการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น					
๑. โครงการเพิ่มศักยภาพ ชุมชน Soft Power บน ฐานอัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	ชุมชนจังหวัดปทุมธานี	คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มุ่งพัฒนาเชิงพื้นที่ย่านเมืองเก่า และตลาดเก่า ๑๐๐ ปีในเขต อำเภอลำลูกกา ซึ่งมีอัตลักษณ์ และวัฒนธรรมไทย-จีนที่มีความ เป็นเมืองเก่าและตลาดเก่าที่กำลัง พลิกผันโดยมหาวิทยาลัยฯ อีก ทั้งในพื้นที่ย่านเมืองเก่าและ ตลาดเก่าอำเภอลำลูกกาเป็น แหล่งถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร และนิยายอิงประวัติศาสตร์ จำนวนมาก ซึ่งในแต่ละปีมีมูลค่า ของการถ่ายทำภาพยนตร์จำนวน มากกว่าล้านบาทภาพยนตร์ที่โด่ง ดังและเป็นที่รู้จักของสังคมไทย มาจากแหล่งถ่ายทำในพื้นที่ ดังกล่าวนี้เช่น ทองเนื้อเก้า ๒๕๕๙ อันทพาลครองเมือง วังสุ ทัศน์ นางทาสหัวทอง เป็นต้น ด้วยอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของ พื้นที่ลักษณะอาคารเรือนไม้ที่มี ความยาวถึง ๑ กิโลเมตร ถือเป็นตลาดเก่าที่มีความยาว ที่สุดในประเทศไทย ในขณะที่	๑. ประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และ สถาบัน การศึกษาในการพัฒนาศักยภาพ ชุมชนท่องเที่ยว และเกิดแหล่งเรียนรู้ Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ๒. ประเมินสมรรถนะ Soft power จากอัต ลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชน ท่องเที่ยว และเกิดแหล่งเรียนรู้ Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ก่อนเริ่มโครงการ ๓. สร้างระบบกลไกในการขับเคลื่อนการ พัฒนาชุมชนด้านต่าง ๆ ตามผลการประเมิน ๔. พัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยให้มี ทักษะและประสิทธิภาพ สามารถถ่ายทอด ทักษะความรู้ด้าน Soft power จากอัต ลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเป็นพี่เลี้ยง ให้กับชุมชนท้องถิ่น ๕. จัดกิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะ Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้กับชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๖. ประเมินผลความสามารถทักษะด้าน Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น หลังเข้าร่วมโครงการ ๗ สร้างและพัฒนากการท่องเที่ยว/ แหล่งเรียนรู้ Soft power จาก	ชุมชน Soft Power บนฐานอัต ลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน ๒ ชุมชน ๑. ชุมชนลำไทร ตำบลลำลูกกา อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ๒. ชุมชนทศทิศพัฒนา หมู่ ๒ ตำบลบึงทองกลาง อำเภอลำลูก กา จังหวัดปทุมธานี ๓. ชุมชนบ้านหนองเสือ อำเภอ หนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	โครงการอบรม/ บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		พื้นที่ย่านคลอง ๑๑ ตำบลบึง ทองหลางเป็นต้นกำเนิดนวนิยาย เรื่อง ผู้ใหญ่ลีกับนางมา ในปีพ.ศ. ๒๕๐๖ ซึ่งต่อมาในปีพ.ศ. ๒๕๒๘ ได้รับการพัฒนาเป็นภาพยนตร์ และปีพ.ศ. ๒๕๓๐ ถูกสร้างเป็น ละครโทรทัศน์ และได้รับความ นิยมอย่างแพร่หลาย จากประเด็น ที่กล่าวมาข้างต้น คณะ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึง เล็งเห็นความสำคัญ เพื่อให้เกิด มูลค่าและคุณค่าจึงผลักดัน ขับเคลื่อนพื้นที่ชุมชนคลอง ๑๑ และคลอง ๑๒ ให้เป็นเมืองถ่าย ทำภาพยนตร์หรือที่เรียกว่า “ล้า ลูกกาเมืองแห่งฟิล์ม” กองพัฒนานักศึกษา นอกจากนี้จังหวัดปทุมธานี เป็นพื้นที่ที่มีความเป็นถิ่นฐาน บ้านเมืองมาแล้วไม่น้อยกว่า ๓๐๐ ปี ได้มีการอพยพพหามอญ ครั้งใหญ่จากเมืองมะตะมะเข้าสู่ ประเทศไทยเรียกว่ามอญใหญ่ มี ชุมชนขนาดเล็กมีความเป็น เอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ยัง ชัดเจน เช่น ความเป็นชุมชนมอญ ซึ่งจะสามารถพัฒนาศักยภาพให้	อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น (Food/Fashion/Film/ Fighting/ Festival) ๗.๑ สร้าง/พัฒนาเมืองจำลองการถ่ายทำ ภาพยนตร์ ละคร ฯลฯ ๗.๒ สร้างช่องทางสื่อการรับรู้ชาติพันธุ์ สระแก้ว ให้เป็นที่รู้จักผ่านเทศกาล / E-book / การแต่งกาย / แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และชุมชนท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ๗.๓ สร้าง/พัฒนาทักษะเยาวชนให้อนุรักษ์ ต่อยอด มีแรงบันดาลใจ ภาคภูมิใจ และมีองค์ ความรู้ด้านศิลปะป้องกันตัวและไก่พื้นเมือง ๗.๔ สร้างและพัฒนาหัตถศิลป์ไทย เรือจำลอง โบราณเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ๗.๕ สร้างแหล่งเรียนรู้หัตถศิลป์ไทย และ หัตถกรรมดอกไม้ประจำจังหวัดปทุมธานี ๗.๖ สร้างและพัฒนาการท่องเที่ยว/แหล่ง เรียนรู้ Soft power จาก อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น มรดกภูมิ ปัญญาวัฒนธรรม “มอญ” ๘ พัฒนาผลิตภัณฑ์ Soft Power ชุมชน ที่ นำอัตลักษณ์ศิลป วัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง ๙ สร้างช่องทางสื่อการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ๑๐ รายงานผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		เกิดเป็น Soft power จึงได้พัฒนาชุมชนทุ่งนามอบบ้านบ่อทอง ในเขตอำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ซึ่งมีวัฒนธรรมอัตลักษณ์ท้องถิ่น เป็นแหล่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมไทย-มอญ เช่น ด้านอาหาร และวัฒนธรรมประเพณี ไทยอีกทั้งจังหวัดปทุมธานี มีชุมชนที่ยังอนุรักษ์การทำหัตถศิลป์ไทย เรือจำลอง ในเขตอำเภอหนองเสือต่อเรือจำลองโบราณสานต่อภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งในแต่ละปีได้จัดทำเรือจำลองส่งออกไปหลายพื้นที่มีการสั่งซื้อในอีกหลายประเทศ และชุมชนต่อเรือจำลองบ้านหนองเสือ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ยังได้มีส่วนร่วมในการออกแบบเรือ มีหลากหลายประเภท มีทั้งเรือจำลองพื้นบ้าน ประเภทเรือแจว เรือตะแคงเรือเอี่ยมจุ่น เรือในพระราชพิธี และอื่นๆ อีกมากมาย	๑๑ เป็นพี่เลี้ยงในการนำองค์ความรู้และทักษะ Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ สร้างรายได้เพื่อการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน (ชุมชนการท่องเที่ยว/แหล่งเรียนรู้ ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีมูลค่าสูง และสื่อการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น) ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
๕.๒ โครงการมทรรรม Soft Power สระแก้ว ชายแดนเบื่องบูรพาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์					
๑. โครงการมทรรรม Soft Power สระแก้ว ชายแดนเบื่องบูรพาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ชุมชนจังหวัดสระแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ (สระแก้ว) สำหรับพื้นที่จังหวัดสระแก้ว เป็นพื้นที่อารยธรรมโบราณที่มีประวัติศาสตร์มาตั้งแต่ยุคหินใหม่-ยุคโลหะโดยมีการค้นพบวัตถุโบราณและโครงกระดูกมนุษย์โบราณที่บ้านโคกมะกอก อำเภอเขาฉกรรจ์รวมทั้งยังมีร่องรอยทางประวัติศาสตร์ของอาณาจักรทวารวดี อาณาจักรเขมรโบราณ ไม่ว่าจะเป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ เช่น โครงกระดูก เครื่องปั้นดินเผา ลูกปัดหิน เป็นต้นและมีพื้นที่ทางความเชื่อและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตำนานเล่าขานอย่างมากมายจึงได้มุ่งพัฒนาเชิงพื้นที่และเพิ่มมูลค่าจากมรดกทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นศิลปะการป้องกันตัวแบบไทยเป็นกิจกรรมส่งเสริมด้านกีฬามวยไทย, อาหารและแฟชั่น เป็นกิจกรรมส่งเสริมอาหารและ	๑. ประสานความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสถาบัน การศึกษาในการพัฒนาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว และเกิดแหล่งเรียนรู้ Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ๒. ประเมินสมรรถนะ Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนท่องเที่ยว และเกิดแหล่งเรียนรู้ Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ก่อนเริ่มโครงการ ๓. สร้างระบบกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนด้านต่าง ๆ ตามผลการประเมิน ๔. พัฒนาศักยภาพของมหาวิทยาลัยให้มีทักษะและประสิทธิภาพ สามารถถ่ายทอดทักษะความรู้ด้าน Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเป็นพี่เลี้ยงให้กับชุมชนท้องถิ่น ๕. จัดกิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะ Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ๖. ประเมินผลความสามารถทักษะด้าน Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น หลังเข้าร่วมโครงการ ๗ สร้างและพัฒนาการท่องเที่ยว/แหล่งเรียนรู้ Soft power จาก	ชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน ๑๒ ชุมชน ๑. ชุมชนบ้านหันทราย หมู่ที่ ๑ ตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๒. ชุมชนบ้านหันทราย หมู่ที่ ๒ ตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๓. ชุมชนมิตรสัมพันธ์ ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๔. ชุมชนบ้านอรัญ ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๕. ชุมชนเจ้าพระยาบดินทร์ ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๖. ชุมชนบ้านคลองน้ำใส หมู่ที่ ๗ ตำบลคลองน้ำใส อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์)	โครงการอบรม/บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		แพชั่น ๕ ชาติพันธุ์, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นกิจกรรมส่งเสริมแก่พื้นเมืองและมวยไทยและหมู่บ้าน ท่องเที่ยว ๕ ชาติพันธุ์ ในพื้นที่จังหวัดสระแก้วโดยจะเชื่อมโยงให้เห็นถึงการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นกีฬามวยไทยและกีฬา โกชนที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราช ซึ่งพระองค์มีความสนพระทัยเป็นอย่างมาก และพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงสนพระทัยกีฬามวยไทยเป็นอย่างมาก ประกอบกับจังหวัดสระแก้ว มีตำนานประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับทั้งสองพระองค์รวมไปถึงสอดคล้องกับจังหวัดมีนักกีฬามวยที่ได้เหรียญจากการแข่งขันโปรแกรมต่าง ๆ มากมายสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดและมีค่ายมวยที่ค่อยขวางมาก ถือเป็นลูกหลานของพระองค์ท่านโดยแท้	อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น (Food/Fashion/Film/ Fighting/ Festival) ๗.๑ สร้าง/พัฒนาเมืองจำลองการถ่ายทำภาพยนตร์ ละคร ฯลฯ ๗.๒ สร้างช่องทางสื่อการรับรู้ชาติพันธุ์สระแก้ว ให้เป็นที่รู้จักผ่านเทศกาล / E-book / การแต่งกาย / แหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และชุมชนท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ ๗.๓ สร้าง/พัฒนาทักษะเยาวชนให้อนุรักษ์ต่อยอด มีแรงบันดาลใจ ภาคภูมิใจ และมีองค์ความรู้ด้านศิลปะป้องกันตัวและกีฬาพื้นเมือง ๗.๔ สร้างและพัฒนาหัตถศิลป์ไทย เรือจำลองโบราณเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ๗.๕ สร้างแหล่งเรียนรู้หัตถศิลป์ไทย และหัตถกรรมดอกไม้ประจำจังหวัดปทุมธานี ๗.๖ สร้างและพัฒนาการท่องเที่ยว/แหล่งเรียนรู้ Soft power จาก อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น มรดกภูมิปัญญาวัฒนธรรม “มอญ” ๘ พัฒนาผลิตภัณฑ์ Soft Power ชุมชน ที่นำอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง ๙ สร้างช่องทางสื่อการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ๑๐ รายงานผลการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค	๗. ชุมชนบ้านต้น หมู่ที่ ๔ ตำบลบ้านด่าน อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๘. ชุมชนบ้านสุขมงคล หมู่ที่ ๗ ตำบลบ้านด่าน อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๙. ชุมชนบ้านหัวช้าง หมู่ที่ ๒ ตำบลวัฒนานคร อำเภวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (โกชน) ๑๐. ชุมชนบ้านโนนจิก หมู่ที่ ๓ ตำบลวัฒนานคร อำเภวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (โกชน) ๑๑. ชุมชนบ้านอ่างไผ่ หมู่ที่ ๘ ตำบลวัฒนานคร อำเภวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (โกชน) ๑๒. ชุมชนบ้านวัฒนานคร หมู่ที่ ๑๐ ตำบลวัฒนานคร อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (โกชน)	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ทำให้ควรแก่การส่งเสริมอนุรักษ์ให้ครุมวย ปราchyด้านมวย และเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้เกิดความภาคภูมิใจในแผ่นดินที่พระมหากษัตริย์ทรงปกป้องรักษาแผ่นดินไทยไว้ให้ลูกหลานจนมาถึงทุกวันนี้และยังได้ส่งเสริมการออกกำลังกายฝึกทักษะศิลปะการป้องกันตัวไว้ติดตัว การเลี้ยงไก่อย่างมีคุณภาพและมีมาตรฐานทำให้เกิดรายได้เลี้ยงชีพได้ปัจจุบันองค์ความรู้ด้านไก่พื้นเมืองกำลังจะเลือนหายไปจากสังคมมากขึ้นซึ่งคนรุ่นใหม่ดูลักษณะตามตำราโบราณเป็นน้อยลงไปทุกทีเห็นควรแก่การอนุรักษ์ต่อยอดกับเยาวชนไทยในส่วนด้านชาติพันธุ์ถือเป็นเสน่ห์แห่งเมืองชายแดนที่มีความหลากหลายของชาติพันธุ์อาศัยอยู่ร่วมกันจนกลายเป็นวัฒนธรรมเดียวกันที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรมที่อพยพเข้ามาตั้งแต่สมัยศึกสงครามเจ้าอนุวงศ์อาณาจักรล้านช้างเวียงจันทน์	๑๑ เป็นพี่เลี้ยงในการนำองค์ความรู้และทักษะ Soft power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ สร้างรายได้เพื่อการดำรงชีวิตที่ยั่งยืน (ชุมชนการท่องเที่ยว/แหล่งเรียนรู้ ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีมูลค่าสูง และสื่อการรับรู้ Soft Power จากอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น) ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗		

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ยุคสงครามอานามสยามยุทธ และยุคสงครามมหาเอเชียบูรพา มีการเคลื่อนย้ายของผู้คนมากมายประกอบกับจังหวัดสระแก้วในอดีตมีความอุดมสมบูรณ์เป็นประตูการขึ้นลงทางการค้าและสงครามมาตั้งแต่ยุคโบราณในการเดินทางข้ามภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับ ภาคตะวันออกและการเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านทำให้ผู้คนต่างเข้ามาจับจองที่ดินทำกินอาศัยอยู่หลายหลากจังหวัดด้วยกันจนทุกวันนี้กลายเป็นคนจังหวัดเดียวกัน คือ “คนจังหวัดสระแก้ว” ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพชุมชน Soft Power ด้วยองค์ความรู้อัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นจะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนนำอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพและมีมูลค่าสูงและสร้างการรับรู้ Soft			

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		Powerจากอัตลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้มาก ยิ่งขึ้นต่อไป			
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านการศึกษา					
๖. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษเพื่อการยกระดับชุมชนสู่สากล					
๖.๑ โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษเพื่อการยกระดับชุมชนสู่สากล					
๑. โครงการพัฒนา สมรรถนะภาษาอังกฤษ เพื่อการยกระดับชุมชนสู่ สากล	- ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ ๕ ตำบล (ตำบลบึงบอน, ตำบลบึงบา, ตำบลหนองสามวัง, ตำบลบึงกาสาม, และตำบลบึงข้าวอ้อ) อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี - ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว - สหกรณ์โคนมวังน้ำเย็น ตำบลวังใหม่ อำเภอสว่างสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	สมรรถนะภาษาอังกฤษของคนไทยต้องการการพัฒนาอย่างเร่งด่วน เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันในเวทีระดับสากล ซึ่งภาษาอังกฤษถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งในปัจจุบัน การมีทักษะภาษาอังกฤษในระดับดี จะช่วยให้คนไทยสามารถพัฒนาตนเองได้มากขึ้น เนื่องจากความรู้ใหม่ ๆ ส่วนใหญ่จะเผยแพร่เป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งจะสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการเป็นประชาคมของโลกอย่างแท้จริง มีการนำภาษาอังกฤษมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตและประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ	วิธีการแก้ปัญหา ๑. แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษสำหรับประชาชนในชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ๒. ประเมินสมรรถนะพื้นฐาน ทางภาษาอังกฤษของผู้เข้ารับการอบรม (Evaluation) ๓. ปรับปรุงหลักสูตรและ พัฒนา Online Platform เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ๔. สร้างข้อสอบมาตรฐานวัดความสามารถทางภาษาอังกฤษตามสภาพจริง (Authentic Test) ๕. พัฒนาอาจารย์ให้สามารถจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัยมี ประสิทธิภาพและปรับปรุง หลักสูตรและสื่อการสอน ๖. พัฒนานักศึกษาให้มีทักษะภาษาอังกฤษเพื่อลงไปช่วยพัฒนาประชาชนในชุมชน	เชิงปริมาณ ๑. หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร (English for Everyday Communication) ที่สามารถสะสมหน่วยกิตในระบบคลังหน่วยกิตได้ จำนวน ๑ หลักสูตร ๒. หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการอาชีพ (English for Careers) ที่สามารถสะสมหน่วยกิตในระบบคลังหน่วยกิตได้) จำนวน ๑ หลักสูตร ๓. ประชาชนในชุมชนพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ รับผิดชอบ โดยพัฒนาประชาชน จำนวน ๖๒๕ คน ๔. ข้อสอบมาตรฐานวัดความสามารถทางภาษาอังกฤษตามสภาพจริง (Authentic Test) จำนวน ๑ ชุด	โครงการอบรม/ บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
		ด้วยเหตุผลดังกล่าว งานศูนย์ภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ จึงตระหนักถึงความสำคัญของทักษะภาษาอังกฤษซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นในการยกระดับชุมชนจังหวัด ไปจนถึงประเทศไทยสู่มาตรฐานสากล สร้างโอกาสในการแข่งขันมิติต่าง ๆ ในเวทีระดับนานาชาติ จึงได้มีเป้าหมายในการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษของคนในชุมชนท้องถิ่นเชิงบูรณาการร่วมกัน ทั้ง ๒ พื้นที่ จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสระแก้ว เพื่อยกระดับชุมชนสู่ความเป็นสากลอย่างแท้จริง	๗. จัดกิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษให้ประชาชนในชุมชนตามความต้องการหรือตามบริบทของพื้นที่ ๘. การจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ จัดกิจกรรมเสริม เช่น การศึกษาดูงาน การจัดสถานที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้มีบรรยากาศเอื้อต่อการเรียนภาษาอังกฤษ เป็นต้น ๙. ทดสอบประเมินผลความสามารถทางภาษาอังกฤษของผู้เข้ารับการอบรมโดยใช้ข้อสอบวัดความสามารถทางภาษาอังกฤษตามสภาพจริง (Authentic Test) ๑๐. ผู้เข้าอบรมที่ไม่ผ่านการทดสอบ ให้สามารถจัดการเรียนรู้เพิ่มเติมให้ตั้งแต่กระบวนการ train ไปจนถึง Test อีกครั้ง ๑๑. รายงานผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	๕. Online Platform (LMS) การเรียนภาษาอังกฤษ จำนวน ๑ ระบบ เชิงคุณภาพ ๑. ประชาชนในชุมชนที่เข้ารับการอบรมสอบผ่านข้อสอบมาตรฐานร้อยละ ๕๐ ๒. ประชาชนในชุมชนที่เข้ารับการอบรมนำความรู้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ ร้อยละ ๘๐ ๓. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการทำงานของ ผู้เข้ารับการอบรม ร้อยละ ๘๐	
๗. โครงการยกระดับคุณภาพการศึกษาโรงเรียนขนาดเล็ก					
๗.๑ โครงการยกระดับคุณภาพการศึกษาโรงเรียนขนาดเล็ก					
๑. โครงการกิจกรรมยกระดับคุณภาพการศึกษาโรงเรียนขนาดเล็ก	๑.โรงเรียนขนาดเล็ก สังกัด สพฐ. โรงเรียน ตชด. โรงเรียนกองทุนการศึกษา จำนวน ๒๐ โรงเรียน จาก	กระทรวงศึกษาธิการมีนโยบายและจุดเน้นที่จะบริหารจัดการโรงเรียนขนาดเล็กให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับคุณภาพ	๑.๑ ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นในการจัดการเรียนรู้แบบคละชั้นในโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัด สพฐ. ในเขตพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัย และจังหวัดใกล้เคียง	๑. โครงการยกระดับคุณภาพการศึกษาโรงเรียนขนาดเล็ก ๑.๑ จำนวนโรงเรียนขนาดเล็ก ตรงเรียนในสังกัด สพฐ. โรงเรียน ตชด. และโรงเรียนกองทุนการศึกษาใน	โครงการอบรม/บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
	จังหวัดปทุมธานี และจังหวัด สระแก้ว ๒.ครูประจำการทั่วไป จำนวน ๔๐ คน ๓.ศิษย์เก่า จำนวน ๒๐ คน ๔. อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏว ไลยอลงกรณ์ฯ และบุคลากร คณะครุศาสตร์ จำนวน ๘๘ คน	การศึกษา ซึ่งปัญหาด้านผลการ เรียนรู้ของนักเรียนในโรงเรียน ขนาดเล็ก ถ้าปล่อยทิ้งไว้โดยไม่ เร่งรัด แก้ไขอย่างจริงจังจะทำให้ เด็กที่ต้องอยู่ในระบบนี้กลายเป็น เด็กด้อยโอกาสที่ได้รับการศึกษา ที่ไม่มีคุณภาพ และต้องออกจาก ระบบการศึกษาในที่สุด อนาคต ของเด็กกลุ่มนี้จะกลายเป็น แรงงานไร้ฝีมือที่อยู่ในกลุ่มคน ยากจนเป็นส่วนใหญ่ ส่วนครูที่ ต้องสอนอยู่ในโรงเรียนเหล่านี้ก็ จะกลายเป็นครูที่ขาดขวัญ กำลังใจ ท้อแท้และสิ้นหวังที่ ตนเองถูกทอดทิ้งให้ต้องทำงาน อยู่ในสภาพที่ขาดแคลนและไร้ อนาคต (สมบัติ อารังธัญวงศ์ ๒๕๕๗: ๒๑) ปัจจุบัน สถานการณ์ด้าน ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา กำลังขยายช่องว่างแห่งความ ไม่เท่าเทียมกว้างขึ้น เห็นได้ จากรายงานของสำนักงาน การศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) ในปี ๒๕๖๖ พบว่า มีโรงเรียน ขนาดเล็กในสังกัด สพฐ. มาก	และรับสมัครโรงเรียนที่สนใจเข้าร่วมโครงการ โดยใช้แบบสอบถาม ๑.๒ จัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ มหาวิทยาลัย (๑) เพื่อพัฒนาความรู้และ ทักษะการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ ๑.๓ ติดตามความก้าวหน้าในการพัฒนา กิจกรรมการเรียนรู้ แบบออนไลน์ โดยให้ คุณครูนำเสนอแนวคิดการออกแบบกิจกรรม การเรียนรู้ และให้ข้อเสนอแนะโดย ผู้เชี่ยวชาญ ๑.๔ คุณครูนำชุดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ พัฒนาขึ้นไปใช้จัดการเรียนรู้ในห้องเรียน และ วัดและประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของ ผู้เรียน ก่อนและหลังการจัดกิจกรรม ๑.๕ ผู้เรียนประเมินการเรียนรู้ของตนเอง และ ความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้แบบประเมิน ๑.๖ คุณครูเข้าร่วมนิทรรศการแสดงผลงาน และมอบประกาศนียบัตร ณ มหาวิทยาลัย ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ เมษายน ๒๕๖๖ – ๒๖ สิงหาคม ๒๕๖๖	เขตพื้นที่บริการที่เข้าร่วมการ ยกระดับคุณภาพการศึกษา จำนวน ๒๐ โรงเรียน ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี ๑๒ โรงเรียน ๑)ร.ร.วัดเมตตารงค์ ๒)ร.ร.วัดบ้านพร้าวใน ๓)ร.ร.คลอง ๑๑ ศาลาครุ(เทียม อุปถัมภ์) ๔)ร.ร.วัดเชิงท่า ๕)ร.ร.บางโพธิ์เหนือ ๖)ร.ร.วัดนิเทศน์ ๗)ร.ร.สุลัดขันธ์ ๘)ร.ร.คลองพระอุดม ๙)ร.ร.ลั่นเจ็ฐทิศ ๑๐)ร.ร.วัดแสงมณี ๑๑)ร.ร.ร่วมใจประสิทธิ์ ๑๒)ร.ร.วัดปทุมทอง จังหวัดสระแก้ว ๘ โรงเรียน ๑)ร.ร.บ้านทุ่งพลวง ๒)ร.ร.บ้านโคกไพล ๓)ร.ร.บ้านศาลาลำดวล ๔)ร.ร.บ้านหนองไทร ๕)ร.ร.บ้านเนินสวนอ้อย ๖) ร.ร.ตชด.การบินไทย ๗)ร.ร.ตชด.ทุ่งกบินทร์ ๘)ร.ร.ตชด.บ้านน้ำอ้อม	

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ*
๒. โครงการเสริมพัฒนาสมรรถนะบุคลากรทางการศึกษา	๑. บุคลากรทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัด สพฐ. โรงเรียน ตชด. โรงเรียนกองทุนการศึกษา จำนวน ๔๐ คน ๒. ครูประจำการทั่วไป ศิษย์เก่า จำนวน ๑๐ คน ๓. อาจารย์และบุคลากร คณะครุศาสตร์ จำนวน ๑๐ คน	ถึง ๑๔,๗๗๗ แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ ๕๐.๑๘ ของโรงเรียนในสังกัด สพฐ. ทั้งหมด รวมทั้งคณะแนลเลีย การทดสอบระดับชาติ O-NET ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖ ในโรงเรียนขนาดใหญ่ มีระดับที่สูงกว่านักเรียนในโรงเรียน ขนาดเล็กอย่างมาก ในทุกรายวิชา เช่นเดียวกับโรงเรียนในเขตพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัย และจังหวัดใกล้เคียง มีโรงเรียนขนาดเล็กหลายแห่งบางแห่งขาดโอกาสในการเป็นโรงเรียนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เนื่องจากคุณสมบัติของครูที่เลี้ยงไม่สอดคล้องกับหลักสูตร ทำให้ขาดพันธมิตร ทางวิชาการกับมหาวิทยาลัยอย่างน่าเสียดาย นอกจากนี้ ปัจจุบันศิษย์เก่าของคณะครุศาสตร์ หลายคนสอนอยู่ในโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก และประสบปัญหาการสอนเนื่องจากจำนวนนักเรียนในแต่ละชั้นเรียนน้อย และบางแห่ง		๑. ร้อยละ ๒๐ ของครูประจำการศิษย์เก่ามีความพึงพอใจเกี่ยวกับแนวคิด หลักการ ทฤษฎีในศาสตร์วิชาการเกี่ยวกับสมรรถนะการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) ตามหลักสูตรฐานสมรรถนะ	โครงการอบรม/บริการวิชาการ

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภท โครงการ*
		ขาดแคลนครูประจำการ ทำให้ ศิษย์เก่าต้องสอนไม่ตรง วิชาเอก และขาดประสบการณ์ ในการพัฒนากิจกรรมการ เรียนรู้			

*ประเภทโครงการ ให้ระบุว่าเป็น “โครงการพัฒนา” หรือ “โครงการวิจัย” หรือ “โครงการอบรม/บริการวิชาการ” หรือ “กิจกรรมสัมพันธ์”

ตารางที่ ๔ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นที่ใช้งบประมาณรายได้มหาวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจ					
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านสังคม					
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านสิ่งแวดล้อม					
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านการศึกษา					

ตารางที่ ๕ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นที่ใช้งบประมาณสนับสนุนจากแหล่งอื่น ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / จำนวนหมู่บ้านเป้าหมาย	ปัญหาของพื้นที่	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)	ประเภทโครงการ
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจ					
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านสังคม					
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านสิ่งแวดล้อม					
โครงการพัฒนาท้องถิ่นด้านการศึกษา					

ตารางที่ ๖ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครูที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
การผลิตครู				
๑. โครงการพัฒนานวัตกรทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน				
๑.๑ โครงการพัฒนานวัตกรทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน				
๑. โครงการพัฒนานวัตกรทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะเป็นฐาน ๒. โครงการพัฒนานวัตกรทางการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้สมรรถนะ PTRU Model เป็นฐาน	พื้นที่ดำเนินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ กลุ่มเป้าหมาย ๑. ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา ครูพี่เลี้ยง และนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ชั้นปีที่ ๔	"ข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ ๔) พ.ศ.๒๕๖๒ ข้อ ๑๑ ผู้ประกอบวิชาชีพครูต้องมีมาตรฐานการปฏิบัติงาน (ก) การปฏิบัติหน้าที่ครู เช่น สร้างแรงบันดาลใจผู้เรียนให้เป็นผู้ใฝ่เรียนรู้และผู้สร้างนวัตกรรม และพัฒนาตนเองให้มีความรอบรู้ ทันสมัยและทันต่อการเปลี่ยนแปลง (ข) การจัดการเรียนรู้ โดยสามารถบูรณาการความรู้และศาสตร์การสอนในการวางแผนและจัดการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีปัญญา รู้คิด และมีความเป็นนวัตกร และทำงานวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรมและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน ข้อกำหนดด้านคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของวิชาชีพครูตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีสาขาศาสตร์และสาขาศึกษาศาสตร์ (หลักสูตรสี่ปี) พ.ศ.๒๕๖๒ และสมรรถนะกลางของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง ๓๘ แห่ง หรือ PTRU Model (๒๕๖๖) ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบัณฑิตครูสู่ความเป็นนวัตกร	๑.๑ ลงพื้นที่ติดต่อประสานความร่วมมือกับโรงเรียนในเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูที่เข้าร่วมพัฒนาการเป็นนวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model ๑.๒ ประเมินความต้องการ ความจำเป็น และสมรรถนะของครูและแนวด้านความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคิด และทักษะในการจัดบริการแนะแนว ๑.๓ วิเคราะห์ ประเมินศักยภาพ ปัญหา/ความต้องการ/และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ๑.๔ คัดเลือกและให้โรงเรียนเครือข่ายได้ตรวจสอบความถูกต้อง/ครบถ้วนและร่วมเสนอแนะรูปแบบการพัฒนาครูแนะแนว ๑.๕ ประชุมคณะทำงานเพื่อกำหนดประเด็นความรู้ และออกแบบรูปแบบกิจกรรม เพื่อจัดทำโปรแกรมพัฒนาครูแนะแนวของโรงเรียนเครือข่ายประสบการณ์วิชาชีพครูที่เข้าร่วมพัฒนาการเป็นนวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model ๑.๖ จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการตามแผน	๑. ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา ในเขตพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัย จำนวน ๖๐ คน ร่วมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อวางแผนในการพัฒนาการเป็นนวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model เมื่อวันที่ ๒๓-๒๔ เมษายน ๒๕๖๗ จำนวน ๕๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๘.๓๓ ๒. โรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน ๖๐ โรงเรียน เข้าร่วมพัฒนาการเป็นนวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model จำนวน ๖๐ โรงเรียนเป็นร้อยละ ๑๐๐ ๓. ผู้บริหาร ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยง และศิษย์เก่าที่อยู่ในโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู จำนวน ๖๐ คน เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๖๑ คน ได้รับการ re-skill up-skill and new skill ให้เป็นนวัตกรทางการศึกษา ตามสมรรถนะ PTRU Model เมื่อวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๖๗ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๑

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
		และเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์นวัตกรรม มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ การคิดขั้นสูงมีความฉลาดทางดิจิทัล มีทักษะการทำงานเป็นทีม สามารถแสวงหาความรู้ พัฒนาความรู้ งานวิจัยและสร้างนวัตกรรม เพื่อพัฒนาตนเอง ผู้เรียนให้เต็มตามศักยภาพตามความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งแนวทางการพัฒนานักศึกษาครูให้เป็นนักนวัตกรรมทางการศึกษา เพื่อสร้างนวัตกรรมนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานักศึกษาครู ประกอบด้วย ผู้บริหาร ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยง อาจารย์นิเทศและอาจารย์ผู้สอนในคณะครุศาสตร์ของมหาวิทยาลัย	๑.๗ ประสานงานกับต้นสังกัด เขตพื้นที่ และสถานศึกษาเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ในการนิเทศติดตาม ผลการอบรมเชิงปฏิบัติการ ๑.๘ สะท้อนคิด แลกเปลี่ยนเรียนรู้ผลการนำไปใช้ ปรับปรุงแผนการดำเนินงาน และลงมือปฏิบัติอีกครั้ง ๑.๙ การนิเทศ ติดตาม และ Coaching and mentoring ครูแนะแนวและครูประจำชั้น ๑.๑๐ ประชุมถอดบทเรียนสะท้อนคิด แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากโครงการที่ได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการ ๑.๑๑ ประเมินการเปลี่ยนแปลง ด้านความรู้ ทักษะ และทักษะ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาวิชาชีพตนเอง ๑.๑๒ ประชาสัมพันธ์ให้โรงเรียนเครือข่ายเตรียมสื่อนวัตกรรม เพื่อนำเสนอและคัดเลือกนวัตกรรมที่มีความโดดเด่น ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	๔. ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยงและนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู จำนวน ๔๒๖ คน มีลักษณะของ STRONG & SMART teacher จำนวน ๔๑๐ คน เมื่อวันที่ ๕ กันยายน ๒๕๖๗ คิดเป็นร้อยละ ๙๖.๒๔ ๕. จำนวน ๕ โมเดลการพัฒนานวัตกรรมการศึกษาตามรูปแบบ PTRU Model ที่อาศัยความร่วมมือจากโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู เมื่อวันที่ ๑,๔-๕ เมษายน ๒๕๖๗
การพัฒนาครู (บัณฑิต มรภ.)				
- ไม่มี -				

ตารางที่ ๗ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครูที่ใช้งบประมาณรายได้มหาวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
ผลิตครู				
-ไม่มี-				
พัฒนาครู (บัณฑิต มรภ.)				
๑. โครงการสัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๔ เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๔ (รุ่น ๖๔)				
๑. โครงการสัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๔ เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๔ (รุ่น ๖๔)	พื้นที่ดำเนินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ กลุ่มเป้าหมาย นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ ๔ จำนวน ๓๐๑ คน	๑) เพื่อให้นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ ได้เตรียมความพร้อม และเพิ่มพูนความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ ๒) เพื่อให้นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ ได้สัมมนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สรุปความรู้ความเข้าใจ จากการฝึกประสบการณ์ในสถานศึกษา ๓) เพื่อให้นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ ได้รับความรู้และพัฒนาสมรรถนะมาตรฐานทางวิชาชีพครูและคุณลักษณะความเป็นครู	วิธีการแก้ปัญหา ดำเนินการจัดกิจกรรมสัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๔ เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๔ (รุ่น ๖๔) โดยนักศึกษาครูที่ได้รับความรู้จากการจัดกิจกรรมสมารถที่จะได้นำความรู้ไปปรับใช้ในการฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป ระยะเวลาดำเนินงาน ระหว่างวันที่ ๙ พฤษภาคม – ๕ กันยายน ๒๕๖๗ แบ่งเป็น ๓ กิจกรรม ดังนี้ ๑) กิจกรรมปฐมนิเทศนักศึกษา (๙ พฤษภาคม ๒๕๖๗) ๒) กิจกรรมสัมมนากลางภาคนักศึกษา (๔ กรกฎาคม ๒๕๖๗) ๓) กิจกรรมปัจฉิมนิเทศนักศึกษา (๕ กันยายน ๒๕๖๗)	๑) ร้อยละ ๙๐ ของนักศึกษาชั้นปีที่ ๔ ที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาสมรรถนะมาตรฐานวิชาชีพครูและคุณลักษณะความเป็นครู พบว่าจากจำนวนนักศึกษา ๓๐๑ คน เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน ๓๐๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๘.๓๔ ๒) นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ ได้เตรียมความพร้อม และเพิ่มพูนความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ ๓) นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ ได้สัมมนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สรุปความรู้ความเข้าใจ จากการฝึกประสบการณ์ในสถานศึกษา ๔) นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ ได้รับความรู้และพัฒนาสมรรถนะมาตรฐานทางวิชาชีพครูและคุณลักษณะความเป็นครู จำนวนนักศึกษา ๓๐๑ คน เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน ๓๐๖ คนได้ทำแบบประเมินความพึงพอใจและการได้ความรู้ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
๒. สัมมนาชี้แจงงานฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๒ เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๒ (รุ่น ๖๖)				
๑. โครงการสัมมนาชี้แจงงานฝึก ปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๒ เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะความเป็น ครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๒ (รุ่น ๖๖)	พื้นที่ดำเนินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ กลุ่มเป้าหมาย นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ ๒ จำนวน ๓๒๕ คน	๑) เพื่อให้นักศึกษาชั้นปีที่ ๒ ได้ เตรียมความพร้อม และเพิ่มพูน ความรู้จากการเข้าร่วมโครงการ ๒) เพื่อให้นักศึกษาชั้นปีที่ ๒ ได้ สัมมนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ จากการสังเกตการสอนใน สถานศึกษา ๓) เพื่อให้นักศึกษาชั้นปีที่ ๒ ได้รับ ความรู้และพัฒนาสมรรถนะ มาตรฐานทางวิชาชีพครูและ คุณลักษณะความเป็นครู	วิธีการแก้ปัญหา ดำเนินการจัดกิจกรรมสัมมนาชี้แจงงาน ฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ๒ เพื่อ เสริมสร้างคุณลักษณะความเป็นครู สำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๒ (รุ่น ๖๖) โดย นักศึกษาครูที่ได้รับความรู้จากการจัด กิจกรรมสมารถที่จะได้นำความรู้ไปปรับ ใช้ในการฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป ระยะเวลาดำเนินงาน ระหว่างวันที่ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๗ – ๑๗ กันยายน ๒๕๖๗ แบ่งเป็น ๒ กิจกรรม ดังนี้ ๑) กิจกรรมปฐมนิเทศนักศึกษา (๒๕ มิถุนายน ๒๕๖๗) ๒) กิจกรรมสัมมนาและปัจฉิมนิเทศ นักศึกษา (๑๗ กันยายน ๒๕๖๗)	๑) นักศึกษาชั้นปีที่ ๒ ได้เตรียม ความพร้อม และเพิ่มพูนความรู้จาก การเข้าร่วมโครงการ ๒) นักศึกษาชั้นปีที่ ๒ ได้สัมมนา แลกเปลี่ยนประสบการณ์จากการ สังเกตการสอนในสถานศึกษา ๓) นักศึกษาชั้นปีที่ ๒ ได้รับความรู้ และพัฒนาสมรรถนะมาตรฐานทาง วิชาชีพครูและคุณลักษณะความเป็น ครู จำนวนนักศึกษา ๓๒๕ คน เข้าร่วม กิจกรรมจำนวน ๓๒๕ คนได้ทำแบบ ประเมินความพึงพอใจและการได้ ความรู้ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐
๓. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในศตวรรษที่ ๒๑ สำหรับนักศึกษา(ครุศาสตร)				
๑. โครงการพัฒนาสมรรถนะ ภาษาอังกฤษและเทคโนโลยี สารสนเทศ ในศตวรรษที่ ๒๑ สำหรับนักศึกษา(ครุศาสตร)	๑. นักศึกษาชั้นปีที่ ๓ ระดับปริญญา ตรี จันทร – ศุภร์ คณะครุศาสตร์ จำนวน ๒๕๔ คน ๒. นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ คณะครุศาสตร์ จำนวนนักศึกษา (คงอยู่) ทั้งหมด จำนวน ๓๔๙ คน	๑. การปรับเปลี่ยนที่รวดเร็วของ ดิจิทัล ทำให้มหาวิทยาลัยต้อง ส่งเสริมสนับสนุนนักศึกษาเพื่อ เตรียมพร้อมรับการการเปลี่ยนแปลง ที่รวดเร็ว ๒. จำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่มีผลสอบภาษาอังกฤษแรกเข้าและ	การจัดกิจกรรม ประเมินและวัดผล นักศึกษาด้านการพัฒนาสมรรถนะ ภาษาอังกฤษและเทคโนโลยี สารสนเทศ ในศตวรรษที่ ๒๑ ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	๑. ผลการสอบทักษะด้านเทคโนโลยี ดิจิทัล ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ ให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ ๓ ระดับ ปริญญาตรี จันทร – ศุภร์ คณะครุ ศาสตร์ จำนวน ๒๕๔ คน มีผู้สอบ ผ่านทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
		ก่อนสำเร็จการศึกษาผ่านเกณฑ์ ระดับความสามารถด้าน ภาษาอังกฤษที่มหาวิทยาลัยกำหนด ตามประกาศฯ เกณฑ์ความสามารถ ภาษาอังกฤษฯ มีจำนวนน้อยมาก (ไม่ถึงร้อยละ๑๐) และไม่เป็นไปตาม เป้าหมายที่กำหนดตัวชี้วัด จึงเป็น เรื่องเร่งด่วนที่ต้องกำหนดแนวทาง รวมทั้งกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการ พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษให้บรรลุ ตัวชี้วัดหรือมีผลสัมฤทธิ์ที่ดีขึ้น		จำนวน ๒๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๓.๐๗ ๒. นักศึกษาชั้นปีที่ ๔ คณะครุ ศาสตร์ สอบผ่านทักษะด้าน ภาษาอังกฤษ ระดับปริญญาตรีเต็ม เวลา (จันทร์-ศุกร์) ตั้งแต่ระดับ B๑ ขึ้นไป จำนวน ๑๒ คน (ระดับ B๑ จำนวน ๑๒ คน และระดับ B๒ จำนวน - คน) คิดเป็นร้อยละ ๓.๔๘ จากจำนวนผู้เข้าสอบทั้งหมด จำนวน ๓๔๕ คน และคิดเป็นร้อย ละ ๓.๔๔ จากจำนวนนักศึกษา (คง อยู่) ทั้งหมด จำนวน ๓๔๙ คน

ตารางที่ ๘ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครูที่ใช้งบประมาณสนับสนุนจากแหล่งอื่น ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	พื้นที่ดำเนินโครงการ / กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
พัฒนาครู (บัณฑิต มรภ.)				
๑. โครงการสนับสนุนทุนการศึกษาทุนเฮอร์วีนเพื่อผลิตครู สังกัดกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา ๒๕๖๗				
๑. สนับสนุนทุนการศึกษาทุนเฮอร์วีนเพื่อผลิตครู สังกัดกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา ๒๕๖๗	พื้นที่ดำเนินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ กลุ่มเป้าหมาย นักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต ที่ผ่านการคัดเลือกจาก กรุงเทพมหานคร จำนวน ๘ ทุน	๑) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการผลิตบัณฑิตครูระหว่างกรุงเทพมหานครกับมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ๒) เพื่อผลิตบัณฑิตครูที่มีคุณภาพกลับไปพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ๓) เพื่อให้ นักศึกษาครูได้รับทุนการศึกษา	วิธีการแก้ปัญหา กรุงเทพมหานครกำหนดให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๖ สังกัดกรุงเทพมหานคร หรือในสังกัดอื่นที่เป็นบุตรหลานของข้าราชการและบุคลากรของกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ นักเรียนที่ผ่านการคัดเลือกจะได้รับทุนการศึกษาปีละ ๑๐๐,๐๐๐ บาท (หนึ่งแสนบาทถ้วน) โดยกรุงเทพมหานครจะโอนเงินงบประมาณให้มหาวิทยาลัยเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการศึกษาและค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักศึกษาเป็นรายปี ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักศึกษา มหาวิทยาลัยจะจ่ายให้ตามระเบียบและหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยแต่ละแห่ง คณะครุศาสตร์ จึงเห็นความสำคัญในการสร้างความร่วมมือกับกรุงเทพมหานครเพื่อให้ทางคณะครุศาสตร์ผลิตบัณฑิตครูที่มีคุณภาพรวมถึงให้นักศึกษาครูมีจิตอาสากลับไปพัฒนาท้องถิ่นของตนเองต่อไป ระยะเวลาดำเนินงาน ๒๓ สิงหาคม ๒๕๖๗ – ๒๕ กันยายน ๒๕๖๘	๑) ได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการผลิตบัณฑิตครูระหว่างกรุงเทพมหานครกับมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ๒) บัณฑิตครูที่มีคุณภาพกลับไปพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง ๘ คน ๓) นักศึกษาครูได้รับทุนการศึกษาจำนวน ๘ ทุน

ตารางที่ ๙ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา (คณะอื่นๆนอกเหนือจากครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์) ที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
๑. โครงการยกระดับบัณฑิตกรรมชุมชน ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม				
๑.๑ โครงการยกระดับบัณฑิตกรรมชุมชน ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม				
๑. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เสริมสร้างทักษะอาจารย์ที่ ปรึกษา ๒. โครงการอบรมทักษะ Soft Skills ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม ๓. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ ทักษะอาจารย์ที่ปรึกษา Upskills/Reskills ๔. โครงการพัฒนาทักษะ Soft Skill ผู้นำนักศึกษา ด้วยกระบวนการ วิศวกรสังคม ๕. โครงการ SOCIAL ENGINEER CONCEPT รอบแรก ๖. โครงการพัฒนาทักษะนักศึกษา วิศวกรสังคม Upskills/Reskills ๗. โครงการ SOCIAL ENGINEER CONCEPT รอบสุดท้าย ๘. โครงการ VRU SHOWCASE x VRU SUSTAINABILITY ๒๐๒๔	นักศึกษา จำนวน ๘๐๐ คน อาจารย์ จำนวน ๑๐๐ คน ชุมชน จำนวน ๑๐ ชุมชน	เพื่อพัฒนาท้องถิ่นด้วย กระบวนการทางวิศวกรสังคม โดย นักศึกษาวิศวกรสังคมหลังจากได้ อบรมพัฒนาทักษะ Soft Skills ด้วยกระบวนการทางวิศวกรสังคม แล้วได้ลงพื้นที่ศึกษาบริบทชุมชนที่ ตนสนใจ และได้ค้นพบปัญหาของ ชุมชน และสอบถามความต้องการ ของชุมชน	นักศึกษาวิศวกรสังคมหลังจากได้ อบรมพัฒนาทักษะ Soft Skills ด้วย กระบวนการทางวิศวกรสังคม แล้วได้ ลงพื้นที่ศึกษาบริบทชุมชนที่ตนสนใจ และได้ค้นพบปัญหาของชุมชน และ สอบถามความต้องการของชุมชนจึง ใช้ทักษะวิศวกรสังคมดำเนินการ แก้ไขปัญหาให้ชุมชน จำนวน ๒๘ โครงการ ใน ๖ พื้นที่จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี สระแก้ว พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สุพรรณบุรี นครปฐม โดยสามารถถอดบทเรียนองค์ความรู้ ได้ ๓ กลุ่ม กลุ่มที่ ๑ Bioeconomy เศรษฐกิจ ชีวภาพ กลุ่มที่ ๒ Green economy ระบบ เศรษฐกิจสีเขียว กลุ่มที่ ๓ Circular economy เศรษฐกิจ หมุนเวียน ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	นักศึกษา จำนวน ๑๒๐๖ คน อาจารย์ จำนวน ๑๐๐ คน ชุมชน จำนวน ๒๘ ชุมชน นักศึกษาวิศวกรสังคมหลังจากได้อบรม พัฒนาทักษะ Soft Skills ด้วย กระบวนการทางวิศวกรสังคม แล้วได้ลง พื้นที่ศึกษาบริบทชุมชนที่ตนสนใจ และ ได้ค้นพบปัญหาของชุมชน และ สอบถามความต้องการของชุมชนที่ตน สนใจ และได้ค้นพบปัญหาของชุมชน และสอบถามความต้องการของชุมชน จึงใช้ทักษะวิศวกรสังคมดำเนินการ แก้ไขปัญหาให้ชุมชน จำนวน ๒๘ โครงการ ใน ๖ พื้นที่จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี สระแก้ว พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สุพรรณบุรี นครปฐม โดยสามารถถอดบทเรียนองค์ความรู้ได้ ๓ กลุ่ม กลุ่มที่ ๑ Bioeconomy เศรษฐกิจ ชีวภาพ จำนวน ๙ ทีม

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
				-ทีมที่ ๓ โครงการ Bamana power theer หมู่ ๑๖ ตำบลคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๖ โครงการ Soap in Love (สบู่ในความรัก) ตำบลชุมชนตำบลศาลาแดง และหมู่บ้านจ๊กสาน อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง -ทีมที่ ๑๓ โครงการ Organic Cafe Project หมู่ ๑๖ ตำบลคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๒๐ โครงการถ่านอัดก้อนจากผักตบชวาและต้นธูปฤๅษี ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอ บางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา -ทีมที่ ๒๑ โครงการหนูน้อยวัยใส ใส่ใจสุขภาพ โรงเรียนปรางศาทองวิทยา ตำบลบ้านเลน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา -ทีมที่ ๒๒ โครงการยกระดับกลุ่มอาชีพน้ำนมแพะ ชุมชนวัดโพธิ์งาม ตำบลกระต๊อบ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม -ทีมที่ ๒๕ โครงการพัฒนาน้ำสัดเพื่อสุขภาพจากวัตถุดิบในชุมชน จังหวัดสระแก้ว วิสาหกิจชุมชนกลุ่มปลูกผักปลอดภัยบ้านมะค่าปุม ตำบลโคกลาน อำเภอตพระยา จังหวัดสระแก้ว

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
				-ทีมที่ ๓๕ โครงการ Bio พลาสติก กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแห หมู่ที่ ๖ ตำบลบ้านแห อำเภอเมือง จังหวัดอ่างทอง -ทีมที่ ๔๒ โครงการพัฒนาการเพาะปลูกเกษตรกรอินทรีย์ หมู่ที่ ๑ ตำบลเนินพระปรางค์ อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มที่ ๒ Green economy ระบบเศรษฐกิจสีเขียว จำนวน ๙ ทีม -ทีมที่ ๔ โครงการ Bananes Eco+ ซีเรียลบาร์ชีคโกแลตนมกล้วย ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๙ โครงการการบำรุงรักษารถจักรยานยนต์ขั้นพื้นฐาน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๑๐ โครงการผักปลอดสารพิษสู่แกนวิสมิตรภาพของวัยเกษียณ โรงเรียนผู้สูงอายุพยอม อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา -ทีมที่ ๑๒ โครงการชุมชนคาร์บอนต่ำ (Low carbon community) ชุมชนวัดธรรมนาถ อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
				-ทีมที่ ๑๕ โครงการน้ำใสที่หอรา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน พระบรมราชูปถัมภ์ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๒๓ โครงการเปลือกผลไม้บ กรอบเกษตรเพื่อสุขภาพ ตำบลหนอง ตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว -ทีมที่ ๓๓ โครงการชะชะซ่า ชาจีนบัว บาน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ตำบล คลองหนึ่ง อำเภอกลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี -ทีมที่ ๓๘ โครงการปลูกผักปลอด สารพิษ โรงเรียนวัดลาดตระโง ตำบลวัด ยม อำเภอบางปะอิน จังหวัด พระนครศรีอยุธยา -ทีมที่ ๔๔ โครงการถังขยะเหม็นอบเศษ อาหาร ชุมชนโสมมนัส หมู่ที่๑๖ ตำบล คลองสาม อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี กลุ่มที่ ๓ Circular economy เศรษฐกิจหมุนเวียน จำนวน ๑๐ ทีม -ทีมที่ ๕ โครงการศูนย์บริการให้ คำปรึกษาด้านการตลาดออนไลน์เพื่อ สนับสนุนสินค้าชุมชนยั่งยืน

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
				มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน พระบรมราชูปถัมภ์ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๘ โครงการเครื่องอบแห้งปลา ช่อนสำหรับทำน้ำพริกปลาย่าง วิสาหกิจชุมชนครัวน้ำพริก แม่นางบางไทร ตำบลช้างใหญ่ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๙๒ หมู่ ๓ ตำบลช้างใหญ่ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา -ทีมที่ ๑๖ โครงการมัดย้อมยี่ห่วยได้ใจเธอ หมู่ ๑๑ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุม แก้ว จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๑๗ โครงการนวัตกรรมสมุนไพร เดอะชีรี่ หมู่ ๖ ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๑๙ โครงการ Bin Robot Ai มาก ความสามารถ โรงเรียนวัดพิณมิตร หมู่ ที่ ๒๐ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลอง หลวง จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๒๘ โครงการแต้มสี่เต็มฝันเพื่อ น้อง โรงเรียนวัดพิณมิตร (คำสวัสดิ์ ราษฎร์บำรุง) ๔๗/๒ หมู่ที่ ๒๐ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลอง หลวง จังหวัดปทุมธานี

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
				-ทีมที่ ๓๒ โครงการแผนที่ภายในมหา ลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี -ทีมที่ ๓๔ โครงการเรื่องกล้วย กล้วย ตำบลสามง่าม อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัด อ่างทอง -ทีมที่ ๔๐ โครงการมามามาทำแอตกัน ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัด ปทุมธานี -ทีมที่ ๔๑ โครงการเธอไม่ใช่เราชนะ ตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒน านคร จังหวัดสระแก้ว

ตารางที่ ๑๐ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา (คณะอื่นๆนอกเหนือจากครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์)

ที่ใช้งบประมาณรายได้มหาวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
๑. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในศตวรรษที่ ๒๑ สำหรับนักศึกษา				
๑. โครงการเตรียมความพร้อมผู้ทักษะ Soft Skill ด้านดิจิทัล และสารสนเทศในสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว ๒. โครงการเตรียมความพร้อมผู้ทักษะ Soft Skill ด้านดิจิทัล และสารสนเทศในสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยว ๓. โครงการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ ๔. โครงการวิทยากรคอมพิวเตอร์ ๕. โครงการประเมินสมรรถภาพทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาตามกรอบมาตรฐาน CEFR ๖. โครงการอบรมเตรียมความพร้อมภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ ๓ รหัส ๖๕ ๗. โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศหรือหน่วยงานอื่นเพื่อร่วมจัดการศึกษาและ	นักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ชั้นปีที่ ๑ -ชั้นปีที่๔ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี	๑. การปรับเปลี่ยนที่รวดเร็วของดิจิทัล ทำให้มหาวิทยาลัยต้องส่งเสริมสนับสนุนนักศึกษาเพื่อเตรียมพร้อมรับการการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ๒. จำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีผลสอบภาษาอังกฤษแรกเข้าและก่อนสำเร็จการศึกษาผ่านเกณฑ์ระดับความสามารถด้านภาษาอังกฤษที่มหาวิทยาลัยกำหนดตามประกาศฯเกณฑ์ความสามารถภาษาอังกฤษฯ มีจำนวนน้อยมาก (ไม่ถึงร้อยละ๑๐) และไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดตัวชี้วัด จึงเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ต้องกำหนดแนวทางการรวมทั้งกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษให้บรรลุตัวชี้วัดหรือมีผลสัมฤทธิ์ที่ดีขึ้น	การจัดกิจกรรม ประเมินและวัดผล นักศึกษาด้านการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษและเทคโนโลยีสารสนเทศ ในศตวรรษที่ ๒๑ ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	๑. นักศึกษา ระดับปริญญาตรีจันทร์ – ศุกร์ ของมหาวิทยาลัยเพื่อพัฒนาทักษะเทคโนโลยีดิจิทัล ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๗ รายละเอียดดังต่อไปนี้ - ครั้งที่ ๑ วันที่ ๗ และ ๑๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๗ จัดสอบทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ICDL ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๖ ให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ ๓ จำนวน ๓๐ คน สอบผ่าน ๖ คน - ครั้งที่ ๒ วันที่ ๑๑ กันยายน ๒๕๖๗ จัดสอบทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล รอบข้อสอบคู่ขนาน ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๗ ให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ ๓ จำนวน ๕๔ คน สอบผ่าน ๓๐ คน" ๒. นักศึกษาสอบผ่านทักษะด้านภาษาอังกฤษ ระดับปริญญาตรีเต็มเวลา (จันทร์-ศุกร์) ชั้นปีสุดท้ายตั้งแต่ระดับ B๑ ขึ้นไป จำนวน ๒๙ คน (ระดับ B๑ จำนวน ๒๗ คน และระดับ B๒ จำนวน ๒ คน) คิดเป็นร้อยละ

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
ยกระดับคุณภาพ การจัดการ ศึกษาสู่มาตรฐานระดับสากล				ละ ๒.๗๙ จากจำนวนผู้เข้าสอบ ทั้งหมด จำนวน ๑,๐๔๐ คน และคิด เป็นร้อยละ ๒.๖๗ จากจำนวน นักศึกษา (คงอยู่) ทั้งหมด จำนวน ๑,๐๘๔ คน

ตารางที่ ๑๑ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา (คณะอื่นๆนอกเหนือจากครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์)
 ที่ใช้งบประมาณสนับสนุนจากแหล่งอื่น ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
- ไม่มี -				

ตารางที่ ๑๒ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ใช้งบประมาณแผ่นดิน ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ตัวชี้วัด (ตอบ KPI ยุทธศาสตร์ราชภัฏ) ตามยุทธศาสตร์ ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
๑. โครงการพัฒนาคุณภาพการศึกษาตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX)				
๑.๑ โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ (EdPEX)				
โครงการพัฒนาระบบบริหาร จัดการสู่ความเป็นเลิศ (EdPEX)	ผู้บริหาร บุคลากร กลุ่ม มหาวิทยาลัยราชภัฏ และ หน่วยงานภาครัฐ	ตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ ได้กำหนดกรอบทิศทางการ พัฒนาประเทศ ที่สอดคล้องกับ วิสัยทัศน์ระยะยาว โดยคำนึงถึง ภาพรวมการพัฒนาที่ผ่านมา สถานการณ์ และแนวโน้มการ เปลี่ยนแปลงต่างๆ พร้อมรับการ เปลี่ยนแปลงและสร้างคุณค่าที่ดีให้ เกิดขึ้นในสังคมไทย จากการ ประเมินผลการพัฒนา ชี้ให้เห็นอย่าง ชัดเจนถึงการพัฒนาที่ขาดสมดุล โดยประสบความสำเร็จเฉพาะในเชิง ปริมาณ แต่ขาดความสมดุลด้าน คุณภาพ จุดอ่อนของการพัฒนาที่ สำคัญ คือระบบบริหารทาง เศรษฐกิจ การเมือง และราชการยัง เป็นการรวมศูนย์อำนาจและขาด ประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เลยลดลงเรื่อยๆ ได้มองเห็นโอกาสในการพัฒนาที่จะ ช่วยพัฒนาระบบการบริหารจัดการ ให้มีความเป็นเลิศ ที่ตอบสนองต่อ	๑. ดำเนินการจัดตั้งศูนย์พัฒนาความ เป็นเลิศด้านการบริหารจัดการให้กับ กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ และหน่วยงาน ภาครัฐ ๒. ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนให้ มหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ หน่วยงานภาครัฐ มีการบริการที่เป็นเลิศ และมีการนำเกณฑ์สากลมาใช้ในการ บริหารจัดการองค์กร ๓. ดำเนินการพัฒนารูปแบบการ ทำงานและประเมินคุณภาพการบริหาร จัดการรวมถึงนำผลที่ได้มาทบทวน ปรับปรุงคุณภาพเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ ระยะเวลาดำเนินงาน ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ – ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗	ร้อยละขององค์กรที่เข้าร่วมโครงการ มีผลการประเมินเกินมาตรฐานขั้นต่ำ (EdPEX ๒๐๐)

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ตัวชี้วัด (ตอบ KPI ยุทธศาสตร์ราชภัฏ) ตามยุทธศาสตร์ ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
		การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต จึงได้จัดตั้งโครงการพัฒนาและประเมินระบบบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศขึ้น		
๒. โครงการพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากร เพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน				
๒.๑ โครงการพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากร เพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน				
๑. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ เพื่อพัฒนางาน”	- บุคลากรสายสนับสนุน ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน ๕๐ คน	- มหาวิทยาลัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคลากรด้านการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถปรับใช้กับการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสานงานกับหน่วยงาน หรือบุคคลที่เป็นชาวต่างชาติในระดับเบื้องต้น อีกทั้งสนับสนุนภารกิจของมหาวิทยาลัย เพิ่มโอกาสการทำงานด้วยทักษะภาษาอังกฤษ และสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง	วิธีการแก้ปัญหา : จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ตรงตามหัวข้อ สนองความต้องการของผู้เข้ารับการอบรม และตอบเป้าหมายประสงค์ของมหาวิทยาลัย ระยะเวลาดำเนินงาน วันที่ ๒๐ – ๒๒ มีนาคม ๒๕๖๗ ณ ห้องประชุม SCC ๕๐๔ ชั้น ๕ อาคารเรียนรวม วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	- จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมจากกลุ่มเป้าหมาย ๕๕ คน มีผู้เข้าร่วม ๕๕ คน ผ่านเกณฑ์การประเมินหลักสูตรก่อนและหลังการอบรม Pre-test / Post-test คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐
๒. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อพัฒนางาน”	- บุคลากรสายสนับสนุน ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน ๖๕ คน	- การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กรมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถนำมาปรับใช้กับการปฏิบัติงานที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งการคอมพิวเตอร์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ และเทคนิคในการใช้ Infographic, Canva และ Excel ฯลฯ การใช้โปรแกรมสำนักงานได้อย่างเชี่ยวชาญ	วิธีการแก้ปัญหา : จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ตรงตามหัวข้อ สนองความต้องการของผู้เข้ารับการอบรม และตอบเป้าหมายประสงค์ของมหาวิทยาลัย ระยะเวลาดำเนินงาน วันที่ ๓ – ๕ เมษายน ๒๕๖๗ ณ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ๑ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	- จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมจากกลุ่มเป้าหมาย ๖๕ คน มีผู้สนใจเข้าร่วม ๖๕ คน และผู้เข้าร่วมอบรมทำแบบฝึกหัดครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ตัวชี้วัด (ตอบ KPI ยุทธศาสตร์ราชภัฏ) ตามยุทธศาสตร์ ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
๓. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “พัฒนาศักยภาพอาจารย์ด้าน ภาษาอังกฤษ”	- อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร และอาจารย์ประจำหลักสูตร ภาษาต่างประเทศ มหาวิทยาลัย ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์	- พัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ ให้แก่อาจารย์ให้อยู่ในระดับที่จะ ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ - เสริมแรงกระตุ้นให้บุคลากรไม่หา ความรู้ และพัฒนาตนเองและหลักสูตร การเรียนการสอนของตนอย่างต่อเนื่อง และได้ใช้ทักษะภาษาอังกฤษ กับ เจ้าของภาษาโดยตรง	วิธีการแก้ปัญหา : จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ให้ตรงตามหัวข้อ สนองความต้องการของผู้ เข้ารับการอบรม และตอบเป้าหมายของ มหาวิทยาลัย ระยะเวลาดำเนินงาน โรงแรมเรติสัน รีสอร์ทแอนสปา หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี ณ โรงแรมเรติสัน รีสอร์ท แอนสปา หัวหิน จังหวัดเพชรบุรี	- จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมตาม กลุ่มเป้าหมาย ๗๓ คน มีผู้สนใจเข้าร่วม อบรม ๗๓ สามารถพัฒนาหลักสูตรได้ อย่างมีประสิทธิภาพโดยการทดสอบเก็บ คะแนน Pre-test / Post-test และ รวบรวมจัดทำเป็นรูปเล่มเพื่อสรุปผลได้ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐
๔. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “valaya professional trainer”	- บุคลากรใหม่สายวิชาการภายใน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	- เพื่อให้บุคลากรใหม่มีความรู้ความ เข้าใจวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย ภารกิจ ตลอดจนสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย แนวทางการบริหาร การพัฒนาและมุ่งหวังของมหาวิทยาลัย - ให้บุคลากรใหม่มีความรู้ความเข้าใจ แนวทางการปฏิบัติงานในการทำงาน และการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ - เพื่อเป็นการเสริมสร้างเจตคติที่ดีใน การทำงาน และเกิดความรักความ ผูกพันองค์กรตลอดการทำงาน	วิธีการแก้ปัญหา : จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ให้ตรงตามหัวข้อ สนองความต้องการของผู้ เข้ารับการอบรม และตอบเป้าหมายของ มหาวิทยาลัย ระยะเวลาดำเนินงาน วันที่ ๑๐-๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๗ ณ ศูนย์ฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ มรภ.วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมตามกลุ่มเป้าหมาย ๖๕ คน มีผู้สนใจเข้าร่วมอบรม ๖๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ตรงตามจำนวน เป้าหมายที่ตั้งไว้ของโครงการ ผู้เข้าร่วม อบรมจะได้รับ ดังนี้ - ได้ทราบถึงกฎระเบียบต่าง ๆ ของ มหาวิทยาลัยได้อย่างถูกต้อง - เสริมแรงกระตุ้นให้บุคลากรสายวิชาการ ได้มีความก้าวหน้าในสายอาชีพของตน และสร้างความรู้ความเข้าใจในการทำงาน ให้แก่บุคลากรใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ - เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างอาจารย์ ใหม่และเกิดความรักต่อองค์กรได้อย่าง แท้จริง คิดเป็นร้อยละร้อย
๕. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การทำผลงานเชิงวิเคราะห เพื่อ	- บุคลากรสายสนับสนุน ภายใน มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์	- มหาวิทยาลัยฯ ตระหนักถึงเรื่อง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำ ผลงานเชิงวิเคราะห์ นำไปสู่การทำ	วิธีการแก้ปัญหา : จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ให้ตรงตามหัวข้อ สนองความต้องการของผู้	- จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมตามเป้าหมาย ๖๕ คน มีผู้สนใจเข้าร่วม ๖๕ ๘๐ตรงตาม จำนวนเป้าหมายที่ตั้งไว้ของโครงการ คิด

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ตัวชี้วัด (ตอบ KPI ยุทธศาสตร์ราชภัฏ) ตามยุทธศาสตร์ ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
การบริหารผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ	ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน ๖๐ คน - ผู้สนใจที่มีความต้องการศึกษาเกี่ยวกับเทคนิคในการทำผลงานเชิงวิเคราะห์เพื่อการบริหารผลการดำเนินการที่เป็นเลิศ	ผลงานเชิงวิเคราะห์ที่มีมาตรฐานและสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินคุณภาพ ในการพัฒนาสายงานตามตำแหน่งสูงขึ้นทั้งในระดับชำนาญการ ระดับชำนาญการพิเศษ ระดับเชี่ยวชาญ ระดับเชี่ยวชาญพิเศษ ระดับชำนาญงาน และระดับชำนาญงานพิเศษ	เข้ารับการอบรม และตอบเป้าหมายประสงค์ของมหาวิทยาลัย ระยะเวลาดำเนินงาน วันที่ ๑๑ และ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗ ณ ๑.วันที่ ๑๑ กรกฎาคม ๒๕๖๗ ณ ห้องประชุม SLB ๓๐๒ ชั้น ๓ อาคารเรียนรวม สังคมศาสตร์ ๒.วันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๗ ณ ห้องประชุม SCC ๕๐๔ ชั้น ๕ อาคารเรียนรวมวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	เป็นร้อยละ ๑๐๐ ผู้เข้าร่วมอบรมจะได้รับดังนี้ - ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะความรู้เกี่ยวกับการทำผลงานเชิงวิเคราะห์เพื่อการบริหาร และถ่ายทอดความรู้ให้สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินคุณภาพ คิดเป็นร้อยละร้อยละ
๖. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การเตรียมความพร้อมหัวหน้างานมือใหม่ สู่การเป็นหัวหน้างานมืออาชีพ”	- บุคลากรสายสนับสนุน ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จำนวน ๖๐ คน จำแนกออกเป็น ผู้บริหาร หัวหน้างาน และบุคลากรของหน่วยงาน	- เพิ่มพูนความรู้โดยการส่งเสริมให้เข้ารับการฝึกอบรม เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการมีและใช้ทักษะในการเป็นหัวหน้างาน (supervisory skills) ที่ประกอบด้วย ทักษะการสอนงาน การมอบหมายงาน การติดตามงาน และการฟังและถามในการบริหารงาน	วิธีการแก้ปัญหา : จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ตรงตามหัวข้อ สอนความต้องการของผู้เข้ารับการอบรม และตอบเป้าหมายประสงค์ของมหาวิทยาลัย ระยะเวลาดำเนินงาน วันที่ ๒๕ - ๒๖ กรกฎาคม ๒๕๖๗ ณ ห้องประชุม SCC ๕๐๔ ชั้น ๕ อาคารเรียนรวมวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	- จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมตามกลุ่มเป้าหมาย ๖๐ คน ตรงตามจำนวนเป้าหมายที่ตั้งไว้ของโครงการ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ผู้เข้าร่วมอบรมจะได้รับ ดังนี้ - ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ หลักการมีและใช้ทักษะในการเป็นหัวหน้างาน (supervisory skills) ประกอบด้วย ทักษะการสอนงาน การมอบหมายงาน การติดตามงาน และการฟังและถามในการบริหารงานที่เป็นระบบมาตรฐานสากล และเขียนใบขอยางานได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม คิดเป็นร้อยละร้อยละ

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ตัวชี้วัด (ตอบ KPI ยุทธศาสตร์ราชภัฏ) ตามยุทธศาสตร์ ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
๗. โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนว ปฏิบัติที่ดี (VRU KM Day ๒๐๒๔)	- บุคลากรภายในมหาวิทยาลัย ฯ จำนวน ๕๐ คน	- คณะและหน่วยงานขาดนวัตกรรม ที่เป็นผลเชิงประจักษ์ที่แสดงถึงการ กลั่นกรององค์ความรู้	วิธีการแก้ปัญหา : จัดกิจกรรมการประกวด ผลงานที่เป็นนวัตกรรมของคณะและ หน่วยงาน ระยะเวลาดำเนินงาน วันที่ ๓๐ สิงหาคม ๒๕๖๗ ณ ห้องประชุม SCC ๕๐๔ ชั้น ๕ อาคารเรียนรวม วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	- จำนวนนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดมี จำนวน ๑๐ ชิ้น ตามเป้าหมายที่ กำหนดไว้ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ - คณะและหน่วยงานมีนวัตกรรมและ แนวการปฏิบัติที่ดีที่สามารถนำไปรับ ใช้ในการพัฒนางานและสามารถ นำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพใน การทำงาน คิดเป็นร้อยละร้อย
๒.๒ โครงการ VRU มหาวิทยาลัยแห่งความยั่งยืน SDG				
๑. โครงการ VRU มหาวิทยาลัยแห่งความยั่งยืน SDG				
๑. โครงการพัฒนาบุคลากรเพื่อ เป้าหมายการพัฒนาการบริหาร จัดการทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน ๒. โครงการประกวดนวัตกรรม การจัดการขยะ ๓. โครงการDIY ไอเดียเปลี่ยนขยะ ให้มีประโยชน์ ๔. โครงการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ สู่การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ ๕. โครงการมูม Green Digital by VRU ๖. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อ เพิ่มพื้นที่สีเขียว (ศูนย์สระแก้ว) ๗. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์คณะ เทคโนโลยีการเกษตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏ วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์	มหาวิทยาลัยเข้าร่วมการประเมิน การจัดอันดับมหาวิทยาลัยสีเขียว โลก (UI Green Metric Ranking) เป็นประจำทุกปี ล่าสุดในปีที่ผ่านมา ๒๕๖๖ มหาวิทยาลัยมีผลการ ประเมินอยู่ในอันดับที่ ๑๕ ของ ประเทศไทย จะเห็นว่า มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับ การอนุรักษ์และใส่ใจเกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลง ของสภาพภูมิอากาศอยู่เสมอ ทั้ง ความร่วมมือเหล่านี้ต้องอาศัย บุคคลภายในและภายนอก มหาวิทยาลัย อาทิ การสร้างความ	วิธีการแก้ปัญหา : ดำเนินการส่งเสริมจัด กิจกรรมที่ก่อให้เกิดความครอบคลุมในการ ดำเนินการจัดอันดับมหาวิทยาลัยสีเขียว โลก (UI Green Metric Ranking) เป็น ประจำทุกปี แล เพื่อตอบเป้าหมาย SDG ระยะเวลาดำเนินงาน วันที่ ๑ ตุลาคม ๒๕๖๖ ถึง ๑ กันยายน ๒๕๖๗	๑. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มี ผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัยสีเขียว ดังนี้ อันดับที่ ๒๑๒ ของโลก จาก ๑,๑๘๒ แห่งที่ส่งจัดอันดับ อันดับที่ ๑๐๔ ของเอเชีย จาก ๖๘๕ แห่งที่ส่งจัดอันดับ อันดับที่ ๑๕ ของประเทศไทย จาก ๕๕ แห่งที่ส่งจัดอันดับ และ อันดับที่ ๒ ของระดับมหาวิทยาลัย ราชภัฏ จาก ๒๓ แห่งที่ส่งจัดอันดับ โดยในปีงบประมาณ พ.๒๕๖๖ อยู่ ระหว่างดำเนินการ ซึ่งตามกำหนดการ ของคณะกรรมการกลางสากล (UI GreenMetric Team) จะเข้าตรวจ

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ตัวชี้วัด (ตอบ KPI ยุทธศาสตร์ราชภัฏ) ตามยุทธศาสตร์ ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
๘. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ อาคารเรียน ๖ และอาคารเรียน ๗ คณะครุศาสตร์ ๙. โครงการเปลี่ยนหลอดไฟ LED ๑๐. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ บริเวณจุดรอรถประจำทาง (Streetscape) ๑๑. โครงการบำรุงรักษา เครื่องปรับอากาศภายใน มหาวิทยาลัย ๑๒. โครงการรณรงค์ป้องกันโรค พิษสุนัขบ้าและแก้ไขปัญหาสุนัข และแมวจรจัดเชิงรุกสู่ชุมชน ๑๓. โครงการส่งเสริมยกระดับ ทักษะและองค์ความรู้พลังงาน แสงอาทิตย์เพื่อการประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวัน ๑๔. โครงการสื่อประชาสัมพันธ์ และของที่ระลึกสร้างภาพลักษณ์ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ๑๕. โครงการขับเคลื่อน มหาวิทยาลัยเพื่อบรรลุเป้าหมาย การพัฒนาอย่างยั่งยืน ๑๖. โครงการงานบำรุงรักษา อนุรักษ์น้ำไฟ สร้างมหาวิทยาลัย แห่งความยั่งยืน		ร่วมมือระหว่างคณะกรรมการ ดำเนินงานมหาวิทยาลัย สีเขียว และเครือข่ายมหาวิทยาลัย ยั่งยืนแห่งประเทศไทย (SUN Thailand) เพื่อสร้างการเรียนรู้ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้ง สร้างความร่วมมือในการแก้ไข เปลี่ยนแปลง และปรับตัวเพื่อ พัฒนาปรับปรุงการจัดการ สิ่งแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัย พร้อมทั้งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืนต่อไป		ประเมินในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ และประกาศผลการจัดอันดับ มหาวิทยาลัยสีเขียวโลก ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ ซึ่ง ผลจะออกในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ ๒. ผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัย Times Higher Education (THE) - SDG ๑ No Poverty (ของกลุ่มราช ภัฏมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์ฯได้อันดับ ๔* ของกลุ่มราช ภัฏ ๔๐๑-๖๐๐ ของโลก โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏร่วม อันดับ ๔* ดังนี้ ๑.มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ๒.มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ๓.มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อันดับ ๑ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ เจ้าพระยา ได้ ๒๐๑-๓๐๐ ของระดับ โลก ข้อเสนอแนะ ๑. เพิ่มงานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตและ บริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ ๒. ส่งเสริมนโยบาย การจัดซื้ออาหาร และวัสดุอุปกรณ์อย่างมีจริยธรรม/การ

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ตัวชี้วัด (ตอบ KPI ยุทธศาสตร์ราชภัฏ) ตามยุทธศาสตร์ ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
				การจัดของเสียอันตราย/นโยบาย การกำจัดด้วยการฝังกลบ/การลดใช้พ ลาสติค/การใช้ผลิตภัณฑ์แบบใช้แล้ว ทิ้งมีการลดและมีการกำหนดนโยบาย/ การลดของเสียที่ครอบคลุมซัพพลาย เออร์ ๓.การมีระบบจัดเก็บข้อมูลปริมาณ ขยะทุกประเภททั้งมหาวิทยาลัย" ๓. ผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัย Times Higher Education (THE) - SDG ๔ Quality Education (ของ กลุ่มราชภัฏ) มหาวิทยาลัยราชภัฏว ไลยอลงกรณ์ฯได้อันดับ ๕* ของกลุ่ม ราชภัฏ ๔๐๑-๖๐๐ ของโลก โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏร่วม อันดับ ๕* ดังนี้ ๑.มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ๒.มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ๓.มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ๔.มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ๕.มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ข้อเสนอแนะ ๑. เพิ่มงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษา ปฐมวัยและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ๒. ส่งเสริมการให้ความรู้การวัดผล กิจกรรมเรียนรู้ตลอดชีวิต ช่วยให้

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ตัวชี้วัด (ตอบ KPI ยุทธศาสตร์ราชภัฏ) ตามยุทธศาสตร์ ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
				ผู้ด้อยโอกาสเข้าถึงความรู้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย/เปิดให้ประชาชนทั่วไป ฝึกอบรม/หลักสูตรการศึกษา/ส่งเสริมการเรียนรู้ผู้ด้อยโอกาส/นโยบายสนับสนุนการเข้าถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต ๓.เพิ่มสัดส่วนนักเรียนทุนแรกของครอบครัวทั้งตรี โท เอก" ๔. ผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัย Times Higher Education (THE) - SDG ๑๒ Responsible Consumption and Production (ของกลุ่มราชภัฏ) มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯได้อันดับ ๓* ของกลุ่มราชภัฏ ๔๐๑-๖๐๐ ของโลก โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏร่วม อันดับ ๓* ดังนี้ ๑.มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ๒.มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ๓.มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อันดับ ๑ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ คือ มรภ.นครปฐม ได้ ๓๐๑-๔๐๐ ของระดับโลก ข้อเสนอแนะ ๑. เพิ่มงานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตและบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ตัวชี้วัด (ตอบ KPI ยุทธศาสตร์ราชภัฏ) ตามยุทธศาสตร์ ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
				๒. ส่งเสริมนโยบาย การจัดซื้ออาหาร และวัสดุอุปกรณ์อย่างมีจริยธรรม/การ กำจัดของเสียวัสดุอันตราย/นโยบาย การกำจัดด้วยการฝังกลบ/การลดใช้พ ลาสติค/การใช้ผลิตภัณฑ์แบบใช้แล้ว ทิ้งมีการลดและมีการกำหนดนโยบาย/ การลดของเสียที่ครอบคลุมซัพพลาย เออร์ ๓. การมีระบบจัดเก็บข้อมูลปริมาณ ขยะทุกประเภททั้งมหาวิทยาลัย"

ตารางที่ ๑๓ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ใช้งบประมาณรายได้มหาวิทยาลัย ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)

ตารางที่ ๑๔ : รายละเอียดโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ใช้งบประมาณสนับสนุนจากแหล่งอื่นๆ ประจำปี ๒๕๖๗

ชื่อโครงการ	กลุ่มเป้าหมาย	ปัญหา (ทำไมต้องทำโครงการนี้)	วิธีการแก้ปัญหา / ระยะเวลาดำเนินงาน	ผลลัพธ์ของโครงการ (OUTCOME)
- ไม่มี -				

ตารางที่ ๑๕ : แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น

SWOT Analysis	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
๑. ยุทธศาสตร์ราชภัฏมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่น ๒. มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญงานบริการวิชาการเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและการส่งเสริมการเรียนรู้ตามแนวพระราชดำริ ๓. มหาวิทยาลัยสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) ประเด็นที่ ๑ การขจัดความยากจน และประเด็นที่ ๒ การจัดความหิวโหย ๔. มหาวิทยาลัยส่งเสริมให้พัฒนาท้องถิ่นโดยเริ่มจากการค้นหาปัญหาและความต้องการของชุมชนเป็นโจทย์สำหรับทำกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่ครอบคลุมทั้ง ๓ มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม ๕. มีบุคลากรที่มีทักษะและความชำนาญและความมุ่งมั่นเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในทั้ง ๓ มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม ๖. ได้รับงบประมาณสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ๗. มีแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงสำหรับบุคลากรภายในและภายนอก ๘. ท่าเลที่ตั้งใกล้กับกรุงเทพฯ ปทุมธานีตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าและการขนส่ง ทำให้สามารถเข้าถึงตลาดใหญ่ได้ง่าย ๙. การเข้าถึงเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล เนื่องจากมีความเจริญทางเทคโนโลยีที่สูง ทำให้ผู้ประกอบการ OTOP มีโอกาสใช้สื่อดิจิทัลในการตลาดได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ๑๐. สถาบันการศึกษาชั้นนำ มีมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะให้กับผู้ประกอบการ OTOP ๑๑. ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีสินค้าที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอ เครื่องปั้นดินเผา และอาหารพื้นเมืองของชาติพันธุ์จังหวัดสระแก้ว ๑๒. ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น จังหวัดสระแก้วมีสินค้าพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ เช่น เครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม และสินค้าจากการเกษตร ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในพื้นที่	๑. การบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานภายในด้านการบริการวิชาการเพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่นยังมีความร่วมมือกันน้อย จังหวัดปทุมธานี ๑. การจัดการด้านการตลาดไม่เต็มที่ ผู้ประกอบการหลายรายขาดความรู้ด้านการตลาดเชิงดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ๒. ขาดเครือข่ายการส่งออก สินค้า OTOP ของจังหวัดปทุมธานียังไม่สามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากขาดช่องทางในการส่งออก ๓. ปัญหาด้านการบริหารจัดการและนวัตกรรม บางผลิตภัณฑ์ยังขาดนวัตกรรมและการออกแบบที่ทันสมัย ทำให้สินค้ามีข้อจำกัดในการแข่งขันในตลาดใหญ่ จังหวัดสระแก้ว ๑. ขาดความสามารถด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์ ผู้ประกอบการ OTOP หลายรายยังขาดทักษะด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการสร้างแบรนด์เพื่อขยายตลาดไปยังผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ๒. การผลิตที่ยังคงเป็นแบบดั้งเดิม แม้ผลิตภัณฑ์ OTOP จะมีคุณค่าในด้านความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม แต่บางผลิตภัณฑ์ยังคงผลิตแบบดั้งเดิม ทำให้การผลิตในปริมาณมากและการปรับปรุงคุณภาพเป็นไปได้ยาก ๓. การขาดแคลนแรงงานฝีมือในบางสาขา ผู้ผลิตหลายรายประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานฝีมือ โดยเฉพาะในงานที่ต้องใช้ความชำนาญพิเศษ เช่น การทอผ้าไหมและการแกะสลัก

๑๓ ความเชี่ยวชาญในงานหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีผู้ประกอบการ OTOP หลายรายที่มีความสามารถและความชำนาญในการผลิตสินค้าคุณภาพสูง เช่น เครื่องเงิน ผ้าไหม และเครื่องปั้นดินเผา ๑๔ ตำแหน่งที่ตั้งที่เป็นจุดเชื่อมต่อการค้า จังหวัดสระแก้วเป็นพื้นที่ชายแดนติดกับประเทศกัมพูชา ทำให้มีศักยภาพในการค้าขายข้ามพรมแดน	
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
๑. มีหน่วยงานท้องถิ่น ที่พร้อมให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ๒. มีหน่วยงานภาคเอกชนที่ร่วมดำเนินการพัฒนาท้องถิ่น ๓. หน่วยงานภาครัฐส่งเสริมการดำเนินโครงการยกระดับเศรษฐกิจและชุมชนฐานราก ระดับตำบลแบบบูรณาการ และการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่มุ่งเน้นการพัฒนา ๓ เศรษฐกิจไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (BCG Model) จังหวัดปทุมธานี ๑. การเจริญเติบโตของตลาดออนไลน์ ตลาด e-commerce เติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้มีโอกาขายการขายสินค้า OTOP สู่กลุ่มลูกค้าใหม่ผ่านช่องทางออนไลน์ ๒. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน มีโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการ OTOP จากรัฐบาลที่เน้นการพัฒนาศักยภาพและการตลาด เช่น โครงการ OTOP to the World ๓. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมปทุมธานีมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งสามารถส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ในกลุ่มนักท่องเที่ยว จังหวัดสระแก้ว ๑. การสนับสนุนจากรัฐบาล นโยบายของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง OTOP ซึ่งมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ๒. การเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายแดน การเป็นพื้นที่ชายแดนเปิดโอกาสให้จังหวัดสระแก้วสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนสินค้า OTOP โดยเฉพาะการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ	๑. สถานการณ์ที่ท้องถิ่นปรับเปลี่ยนเป็นชุมชนเมืองทำให้มีคนในชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรมบางส่วน จังหวัดปทุมธานี ๑. การแข่งขันจากสินค้าในพื้นที่ใกล้เคียง สินค้าจากจังหวัดอื่นหรือประเทศเพื่อนบ้านอาจมีราคาถูกกว่า ทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดเดียวกัน ๒. ความผันผวนของเศรษฐกิจและอัตราการบริโภค ภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนอาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ทำให้ยอดขายสินค้า OTOP ลดลง ๓. การเปลี่ยนแปลงความต้องการของตลาด ผู้บริโภคเริ่มมีความต้องการสินค้าใหม่ ๆ และนวัตกรรมมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสินค้า OTOP ที่ยังคงใช้แนวทางการผลิตแบบดั้งเดิม จังหวัดสระแก้ว ๑. การแข่งขันจากสินค้าต่างประเทศ การนำเข้าสินค้าจากประเทศเพื่อนบ้านอาจเป็นภัยคุกคามต่อผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดสระแก้ว เนื่องจากสินค้าจากต่างประเทศบางส่วนมีราคาถูกกว่าและคุณภาพใกล้เคียงกัน ๒. ความเปลี่ยนแปลงของตลาดและเทคโนโลยี ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขายสินค้า ซึ่งหากผู้ประกอบการ OTOP ไม่สามารถปรับตัวได้ อาจเสียโอกาสในการแข่งขัน ๓. ข้อจำกัดด้านการขนส่งและโครงสร้างพื้นฐาน แม้จังหวัดจะอยู่ติดกับพรมแดน แต่การขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานยังไม่พัฒนามากพอ ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคต่อการขายตลาดในระดับภูมิภาค

๓. การเพิ่มขึ้นของความต้องการสินค้าท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน แนวโน้มผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในการขยายตลาด	
TOW'S MATRIX	
กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงรับ (WO)
๑. มหาวิทยาลัยกำหนดยุทธศาสตร์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และหน่วยงานภายนอกที่ทำให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างต่อเนื่อง ๒. มหาวิทยาลัยร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐ และเอกชน เพื่อการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) ในประเด็นที่ ๑ การจัดความยากจน และประเด็นที่ ๒ การจัดความหิวโหย ๓. มหาวิทยาลัยและหน่วยงานท้องถิ่นร่วมกันค้นหาปัญหาและความต้องการของชุมชนเป็นโจทย์ในการทำกิจกรรมที่ครอบคลุมใน ๓ มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และ มิติสิ่งแวดล้อม ๔. บุคลากรในมหาวิทยาลัยนำองค์ความรู้เชิงวิชาการที่มี ร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อแก้ไขปัญหา/พัฒนาชุมชน ๕. การพัฒนาแหล่งเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงให้เป็นศูนย์การเรียนรู้แบบครบวงจรเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ได้เข้ามาเรียนรู้ทั้งในรูปแบบออนไซต์และออนไลน์ และประชาสัมพันธ์ผ่านภาคีเครือข่ายการจัดสรรงบประมาณจากมหาวิทยาลัยและความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกช่วยส่งเสริมและต่อยอดการพัฒนาท้องถิ่นสู่ความยั่งยืน ๖. ใช้ทำเลที่ตั้งใกล้กรุงเทพฯ และการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายตลาด OTOP ผ่านแพลตฟอร์ม e-commerce และการตลาดออนไลน์ ๗. จับมือกับสถาบันการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อพัฒนานวัตกรรมสินค้า OTOP ให้ทันสมัย และสร้างโอกาสในการเจาะตลาดต่างประเทศ ๘. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เชื่อมโยงกับสินค้าพื้นบ้าน OTOP เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและขยายตลาด ๙. พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP ในด้านการสร้างแบรนด์และการตลาด โดยใช้การสนับสนุนจากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	๑. เพิ่มโอกาส/ส่งเสริม ให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานภายนอกที่มุ่งเน้นการพัฒนาท้องถิ่น ๒. การส่งเสริมให้บุคลากรมีความพร้อมในการเป็นวิทยากร/วิทยากรผู้ช่วยอบรมในโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชฯ และซึ่งมีสถานที่อยู่ในภูมิศาสตร์ที่การเดินทางและที่พักสะดวก ๓. ฝึกอบรมผู้ประกอบการในด้านการตลาดดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ผ่านโครงการสนับสนุนจากรัฐ เพื่อเสริมศักยภาพในการแข่งขันในตลาด ๔. ใช้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการเพิ่มการรับรู้และขายสินค้า OTOP โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ จังหวัดสระแก้ว ๕. พัฒนาความรู้และทักษะด้านการตลาดดิจิทัลให้แก่ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อเข้าถึงตลาดออนไลน์และต่างประเทศ ๖. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการผลิตและการออกแบบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของสินค้า

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WT)
๑. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการเข้าถึงพื้นที่เพื่อสืบค้นปัญหาที่ชุมชนต้องการอย่างแท้จริง ทั้งระยะเวลาในการลงพื้นที่ จำนวนบุคลากร และองค์ความรู้ ๒. การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้และพัฒนาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จังหวัดปทุมธานี ๑. ใช้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า OTOP เพื่อให้สามารถแข่งขันได้แม้มีสินค้าอื่นที่ราคาถูกกว่า ๒. พัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ OTOP ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อป้องกันไม่ให้อุตสาหกรรมผู้บริโภคลดลง จังหวัดสระแก้ว ๑. สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าผ่านการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและวัฒนธรรมเฉพาะถิ่น เพื่อรับมือกับการแข่งขันจากสินค้าต่างประเทศ ๒. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการขนส่งสินค้า OTOP ทั้งภายในจังหวัดและไปยังตลาดต่างประเทศ	๑. ส่งเสริมการร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายในให้เกิดการบูรณาการ เพื่อเข้าถึงพื้นที่และแก้ไขปัญหาความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ๒. พัฒนากิจกรรมที่เสริมสร้างความสุขมวลรวมให้กับผู้ที่มาร่วมโครงการฯ จังหวัดปทุมธานี ๑. เสริมสร้างความรู้และทักษะการจัดการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ OTOP เพื่อลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ๒. พัฒนาเครือข่ายการส่งออกและสร้างพันธมิตรทางการค้ากับตลาดต่างประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาตลาดในประเทศอย่างเดียว จังหวัดสระแก้ว ๑. ส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะในด้านเทคโนโลยีการผลิตและการตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการ OTOP สามารถแข่งขันได้ในระยะยาว ๒. ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการสนับสนุนทางด้านเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย

ตารางที่ ๑๖ : แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครู

SWOT Analysis	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
๑. มีองค์ความรู้ด้านการผลิตครูเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการผลิตและพัฒนาครู ๒. คณะครุศาสตร์มีเครือข่ายความร่วมมือจากโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพที่เข้มแข็ง	๑. ผู้เข้าอบรมมีความไม่พร้อมในการอบรม
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
๑. มีความร่วมมือกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ๒. พัฒนานักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูให้เป็นนวัตกรรมทางการศึกษา โดยใช้รูปแบบ PTRU Model เป็นฐาน	๑. นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพมีงานรับผิดชอบในรายวิชาฝึกประสบการณ์ฯ อาจทำให้มีเวลาในการพัฒนาสื่อนวัตกรรมได้อย่างไม่เต็มที่
TOW'S MATRIX	
กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงรับ (WO)
๑. การบูรณาการ การเรียนการสอนกับการพัฒนาผู้เรียน ๒. การสนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษาและโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	๑. เตรียมความพร้อมในการให้บริการวิชาการตามความต้องการโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ๒. ติดตามความก้าวหน้าของนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง ๓. สร้างความร่วมมือกับโรงเรียนเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WT)
๑. สนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างสถาบันการศึกษากับโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	๑. ประชุมผู้เกี่ยวข้องในการร่วมกันแก้ไขปัญหา

ตารางที่ ๑๗ : แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา

SWOT Analysis	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
TOW'S MATRIX	
กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงรับ (WO)
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WT)

ตารางที่ ๑๘ : แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการ

SWOT Analysis	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
๑. เกณฑ์ EdPEX ช่วยสร้างมาตรฐานที่สูงขึ้นในด้านการบริหารจัดการ ซึ่งทำให้องค์กรพัฒนาในทุกมิติ เช่น การวางแผนกลยุทธ์ การพัฒนาบุคลากร และการสร้างผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ยั่งยืน ๒. การปรับใช้เกณฑ์ EdPEX ช่วยให้องค์กรเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ๓. เกณฑ์ EdPEX ช่วยให้เกิดการพัฒนาผู้บริหารและพนักงานโดยเน้นการเรียนรู้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	๑. เกณฑ์ EdPEX มีความละเอียดและซับซ้อน ซึ่งอาจทำให้การทำความเข้าใจและการนำไปใช้งานในช่วงแรกเป็นเรื่องยากสำหรับหลายองค์กร ๒. การนำ EdPEX มาใช้อาจต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก ทั้งในแง่เวลา บุคลากร และงบประมาณ โดยเฉพาะสำหรับองค์กรที่ยังขาดระบบพื้นฐานที่ดี ๓. เกณฑ์ EdPEX มักต้องการการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) ซึ่งอาจเผชิญกับแรงต้านจากพนักงานหรือผู้บริหารที่ไม่พร้อมเปิดรับแนวทางใหม่
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
๑. การใช้เกณฑ์ EdPEX ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับสถาบันการศึกษาในสายตาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เช่น นักเรียน ผู้ปกครอง ภาครัฐ และชุมชน) เนื่องจากการแสดงถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ๒. ในยุคที่สถาบันการศึกษาต้องแข่งขันทั้งในระดับประเทศและระดับสากล เกณฑ์ EdPEX ช่วยให้สถาบันสามารถพัฒนาความเป็นเลิศในด้านการเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ เพื่อดึงดูดนักศึกษาและบุคลากรที่มีศักยภาพ ๓. ส่งเสริมให้บุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุนได้รับการพัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจในการทำงาน	๑. บุคลากรบางส่วนมองว่าเกณฑ์นี้เพิ่มงานเอกสารหรือเป็นภาระเพิ่มเติม ๒. ผู้บริหารหน่วยงานไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการปรับปรุงหรือไม่สื่อสารความสำคัญของเกณฑ์นี้ ๓. บุคลากรไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Data Analysis) หรือประเมินผลลัพธ์ได้อย่างถูกต้อง
TOW'S MATRIX	
กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
พัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้สามารถนำเครื่องมือมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ	สร้างพันธมิตรกับสถาบันการศึกษาอื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากรและแนวปฏิบัติที่ดี
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
ใช้มาตรฐาน EdPEX เป็นฐานในการเตรียมความพร้อมสำหรับการประเมินจากองค์กรระดับสากล	วิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของนักเรียนและตลาดแรงงาน เพื่อออกแบบหลักสูตรที่ตอบโจทย์

ตารางที่ ๑๙ : สรุปผลการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๖๗

Key Indicator	ปี ๒๕๖๖	ปี ๒๕๖๗	การเปลี่ยนแปลง
เชิงปริมาณ			
จำนวนโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น	๗๘	๑๓๐	
จำนวนโครงการตามยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครู	๑๒	๑	
จำนวนโครงการตามยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา	๖๐	๘	
จำนวนโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริหารจัดการ	๑๕	๒๔	
จำนวนหมู่บ้านที่มหาวิทยาลัยเข้าดำเนินโครงการ	๖๔๔	๔๑๒	
จำนวนโรงเรียนที่ได้รับการพัฒนาการจัดการศึกษา	๗๓	๒๐	
จำนวนภาคีเครือข่าย	๑๗๗	๑๕๔	
จำนวนวิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการใหม่ในพื้นที่บริการของ มรภ. ที่ประสบความสำเร็จจากการสนับสนุนองค์ความรู้จาก มรภ.	๑๔	๓๓	
จำนวนผลงานการวิจัยเฉพาะสาขาวิชาชีพครูที่ได้รับตีพิมพ์เผยแพร่ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ หรือนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการผลิตและพัฒนาครูเพิ่มขึ้น	๓๒	๙๘	
ร้อยละของบัณฑิตครูที่จบจาก มรภ. ที่สอบบรรจุผ่านเกณฑ์ของหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน ภายในเวลา ๑ ปี	๕๐.๓๖	๖๔.๔๖	
ร้อยละครูของครูที่มีประสบการณ์สอนในโรงเรียนต่อปีการศึกษา	๑๐๐	๑๐๐	
จำนวนหลักสูตรที่ถูกปรับปรุงให้ทันสมัยและหลักสูตรใหม่ในรูปแบบสหวิทยาการที่ตอบสนองต่อการพัฒนาท้องถิ่นและสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ	๗๙	๗๘	
จำนวนผลงานของนักศึกษา/อาจารย์ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรือได้รับรางวัลในระดับชาติและนานาชาติ	๑. จำนวน ผลงานวิจัย ผลงานทาง วิชาการของ นักศึกษาที่ได้รับ การเผยแพร่	๑. จำนวน ผลงานวิจัย ผลงาน ทางวิชาการของ นักศึกษาที่ได้รับการ เผยแพร่ระดับชาติ หรือนานาชาติตาม	

Key Indicator	ปี ๒๕๖๖	ปี ๒๕๖๗	การเปลี่ยนแปลง
	ระดับชาติ หรือนานาชาติตามเกณฑ์ กพอ. กำหนด จำนวน ๑๗๐ ผลงาน ๒. จำนวนผลงานของอาจารย์ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งหมด ๒๒๓ ผลงาน ๓. จำนวนผลงานอาจารย์ที่ได้รับรางวัลในระดับชาติและนานาชาติ จำนวน ๒ รางวัล	เกณฑ์ กพอ. กำหนด จำนวน ๑๒๑ ผลงาน ๒. จำนวนผลงานของอาจารย์ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ รวมทั้งหมด ๑๔๖ ผลงาน	
ร้อยละของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีระดับความสามารถด้านการใช้ภาษาอังกฤษตามเกณฑ์มาตรฐาน CEFR หรือเทียบเท่ามาตรฐานสากลอื่น ๆ	๒.๘๑	๒.๗๙	
จำนวนฐานข้อมูลเพื่อบริหารจัดการในการตัดสินใจตามพันธกิจหลักของ มรภ. เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น		๗๓	
อัตราส่วนจำนวนผลงานวิจัยและองค์ความรู้ต่างๆ ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาต่อจำนวนผลงานดังกล่าวที่ถูกลำนำไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม	๒๔ : ๒๔	๑๙ : ๑๙	
จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการจิตอาสาพระราชทาน	๓๕๙	๖๒๙	
จำนวนโครงการจิตอาสาของมหาวิทยาลัย	๑๐	๑๒	
จำนวนอาจารย์ที่ผ่านการอบรมหลักสูตร การพัฒนา Soft skill ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม (คน)	๑๘๔	๑๐๐	
จำนวนนักศึกษา ที่ผ่านการอบรมหลักสูตร การพัฒนา Soft skill ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม (คน)	๑,๒๖๖	๑,๒๐๖	

Key Indicator	ปี ๒๕๖๖	ปี ๒๕๖๗	การเปลี่ยนแปลง
จำนวนโครงการที่ลงพื้นที่มหาวิทยาลัยมีการประเมินผลโครงการพัฒนา Soft skill หรือมี (มี/ไม่มี)โดยใช้กระบวนการวิศวกรสังคม	มี	มี	

มี

หมายเหตุ จำนวนโครงการ ให้นับทุกกิจกรรมที่ดำเนินการ ทั้งการพัฒนาท้องถิ่น การผลิตและพัฒนาครู การยกระดับคุณภาพการศึกษา และการบริหารจัดการ
จำนวนหมู่บ้าน โรงเรียน ภาควิชาหรือหน่วยงาน วิชาหรือผู้ประกอบการ ให้นับจากการดำเนินการหรือการมีส่วนร่วมจริงในปีงบประมาณ ๒๕๖๖
อัตราส่วนจำนวนผลงานวิจัยและองค์ความรู้ ให้นับจาก ๑ ผลงานที่ถูกนำไปใช้งานจริง เช่น ๑ : ๑ เป็นต้น

ตารางที่ ๒๐ : กระบวนการทำงานของมหาวิทยาลัยที่ทำให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๖๗ บรรลุผล

กระบวนการทำงาน	ปี ๒๕๖๖	ปี ๒๕๖๗	การเปลี่ยนแปลง
กระบวนการดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น	มรว. มีกระบวนการในการปฏิบัติการเพื่อพัฒนางานท้องถิ่น โดยมีพื้นที่รับผิดชอบ จำนวน ๗๐ ตำบล ในกรอบการพัฒนา ๓ มิติ คือ มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ และมิติสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ในปีงบประมาณ ๒๕๖๖ ผ่าน ๗ กระบวนการ ดังนี้ ๑. ค้นหาปัญหาและความต้องการของพื้นที่ภายใต้กรอบการพัฒนา ๓ มิติ คือ มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ และมิติสิ่งแวดล้อม ๒. เขียนโครงการ (Project Brief) เพื่อขออนุมัติงบประมาณผ่านคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย ได้แก่ รองอธิการบดี คณบดี และผู้บริหารสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ ๓. ประสานหน่วยงานในท้องถิ่นก่อนลงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อน	มรว. มีกระบวนการในการปฏิบัติการเพื่อพัฒนางานท้องถิ่น โดยมีพื้นที่รับผิดชอบ จำนวน ๗๓ ตำบล ในกรอบการพัฒนา ๓ มิติ คือ มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ และมิติสิ่งแวดล้อม ภายใต้โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก ในปีงบประมาณ ๒๕๖๗ ผ่าน ๘ กระบวนการ ดังนี้ ๑. ค้นหาปัญหาและความต้องการของพื้นที่ภายใต้กรอบการพัฒนา ๓ มิติ คือ มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ และมิติสิ่งแวดล้อม ๒. เขียนโครงการ (Project Brief) เพื่อขออนุมัติงบประมาณผ่านคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย ได้แก่ รองอธิการบดี คณบดี และผู้บริหารสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ	- ในปี ๒๕๖๗ มรว. ขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่องตามยุทธศาสตร์ BCG Economy หรือเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy) โดยเน้นการพัฒนาในมิติสังคม มิติเศรษฐกิจ และมิติ

กระบวนการทำงาน	ปี ๒๕๖๖	ปี ๒๕๖๗	การเปลี่ยนแปลง
	โครงการ ๔. ดำเนินกิจกรรมภายใต้กรอบการพัฒนา ๓ มิติ คือ มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ และมิติสิ่งแวดล้อม เพื่อแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของท้องถิ่น ๕. รายงานผลความคืบหน้าของโครงการต่อคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย ได้แก่ รองอธิการบดี คณบดี และผู้บริหาร ๖. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ ๗. เผยแพร่ผลการดำเนินงานผ่านสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และงานแสดงผลงาน	๓. ประสานหน่วยงานในท้องถิ่นก่อนลงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนโครงการ ๔. ดำเนินกิจกรรมภายใต้กรอบการพัฒนา ๓ มิติ คือ มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ และมิติสิ่งแวดล้อม เพื่อแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของท้องถิ่น ๕. รายงานผลความคืบหน้าของโครงการต่อคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย ได้แก่ รองอธิการบดี คณบดี และผู้บริหารสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ ๖. ประเมินความสุขมวลรวมของชุมชน (Gross Village Happiness : GVH) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ในโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ๗. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ ๘. เผยแพร่ผลการดำเนินงานผ่านสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และงานแสดงผลงาน	สิ่งแวดล้อมของแต่ละตำบล อย่างบูรณาการ ในปี ๒๕๖๗ มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินโครงการยกระดับและพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยการประเมินความสุขมวลรวม และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน เพื่อให้เกิดโครงการในพื้นที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามความต้องการของพื้นที่อย่างแท้จริง
กระบวนการดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนาครู	ผลิตครู ๑.ชี้แจงทำความเข้าใจแนวทางปฏิบัติการจัดทำหลักสูตรและแผนการพัฒนาต่อสถาบันเครือข่าย	ผลิตครู ๑. การประเมินผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายของโครงการ	ปรับกระบวนการดำเนินการใหม่ด้านการผลิตครูใหม่ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗
กระบวนการดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพการศึกษา	๒.เครือข่ายสถาบันพัฒนาครูจัดทำหลักสูตรและแผนการพัฒนา ๓.ดำเนินการพัฒนาครู พัฒนาครู (บัณฑิต มรภ.) ๑.ชี้แจงขอบเขตการฝึกปฏิบัติการสอน ตามคำอธิบายรายวิชา กำหนดการ การบันทึกข้อมูล การจัดทำรายงานและแนวทางในการวัดและประเมินผล	๒. เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและประเมินผล - แบบสอบถามความสนใจในการเข้าร่วมโครงการ - แบบสอบถามความพึงพอใจต่อโครงการ - แบบวัดพฤติกรรมการเข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการ - แบบบันทึกภาคสนามในการลงพื้นที่เพื่อ Coaching and Mentoring - แบบสัมภาษณ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้	

กระบวนการทำงาน	ปี ๒๕๖๖	ปี ๒๕๖๗	การเปลี่ยนแปลง
	๒.เตรียมความพร้อมนักศึกษาที่จะไปปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา โดยการจัดอบรมหัวข้อที่สอดคล้องตามมาตรฐานวิชาชีพทางการศึกษา ๓.ส่งนักศึกษาออกฝึกประสบการณ์ในสถานศึกษา ๔.นิเทศติดตามผลการฝึกประสบการณ์ ๕.แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสะท้อนคิดร่วมกันหลังจากการฝึกประสบการณ์ ๖.ขยายพื้นที่ในดำเนินโครงการไปยังจังหวัดอุทัยธานี	- แบบประเมินสื่อวัตกรรมการสอนหลักเกณฑ์และวิธีการประเมินตำแหน่งและวิทยฐานะข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา พัฒนาครู (บัณฑิต มรภ.) ๑.ชี้แจงขอบเขตการฝึกปฏิบัติการสอน ตามคำอธิบายรายวิชา กำหนดการ การบันทึกข้อมูล การจัดทำรายงานและแนวทางในการวัดและประเมินผล ๒. เตรียมความพร้อมนักศึกษาที่จะไปปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา โดยการจัดอบรมหัวข้อที่สอดคล้องตามมาตรฐานวิชาชีพทางการศึกษา ๓. ส่งนักศึกษาออกฝึกประสบการณ์ในสถานศึกษา ๔. นิเทศติดตามผลการฝึกประสบการณ์ ๕. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสะท้อนคิดร่วมกันหลังจากการฝึกประสบการณ์ ๖. ขยายพื้นที่ในดำเนินโครงการไปยังจังหวัดอุทัยธานี	
กระบวนการดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์การพัฒนา ระบบบริหารจัดการ	พัฒนาองค์กรภายใน ๑. พัฒนาศักยภาพของบุคลากรในการนำเครื่องมือการบริหารจัดการขององค์กรที่มีความเป็นเลิศมาใช้ในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน ๒. สร้างผู้ตรวจประเมินรุ่นที่ ๒ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริหารที่ยังไม่เคยอบรมเป็นผู้ตรวจประเมิน เพื่อให้เข้าใจเกณฑ์ และนำหลักการบริหารจัดการที่ดีการอบรม มาใช้ในการพัฒนาองค์กร เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศ ๓. กำกับติดตาม คณะ และหน่วยงานสนับสนุนให้ดำเนินการตามโมเดลการทำงาน EdPEx ของมหาวิทยาลัย โดยนำ Feedback report มาจัดทำแผนพัฒนาเพื่อไปดำเนินการ มีการ	พัฒนาองค์กรภายนอก ๑.แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานศูนย์ฯ และนำไปพัฒนาศักยภาพเพื่อเพิ่มองค์ความรู้ในการเป็น coaching ให้กับหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการ ๒.จัดทำแผนพัฒนาความเป็นเลิศ และจัดกิจกรรมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือและเกณฑ์สากลที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการ ๓.ให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือหน่วยงานภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ มาประเมินประสิทธิภาพของการดำเนินงานตามแผน รวมถึงให้ Feedback Report เพื่อนำไปปรับปรุงผลการดำเนินงาน	กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ และหน่วยงานภาครัฐที่รับบริการ มีความรู้ความเข้าใจในเครื่องมือบริหารจัดการขององค์กร และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปจัดทำแผนพัฒนาความเป็นเลิศ ตลอดจนนำเกณฑ์สากลมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้มี

กระบวนการทำงาน	ปี ๒๕๖๖	ปี ๒๕๖๗	การเปลี่ยนแปลง
	กำกับติดตามทุก ๒ เดือน เพื่อให้เกิดการทำงานที่คงเส้นคงวา และมีประสิทธิภาพมากขึ้น		หน่วยงานที่ได้มีผลการประเมินเกินมาตรฐานขั้นต่ำ (EdPEx ๒๐๐) จำนวน ๔ หน่วยงาน จาก ๑๔ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๕๗
กระบวนการสร้างคุณลักษณะ ๔ ประการ ตามพระบรมราชโบาย			

ตารางที่ ๒๑: สรุปผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นประจำปี ๒๕๖๗

โครงการ	ผลผลิต		กระบวนการ
๑. โครงการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก จำนวน ๗๓ ตำบล	ผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น จำนวน ๑๕๕ ผลิตภัณฑ์		๑. ค้นหาปัญหาและความต้องการของพื้นที่ภายใต้กรอบการพัฒนา ๓ มิติ คือ มิติสังคม มิติเศรษฐกิจและมิติสิ่งแวดล้อม ๒. เขียนโครงการ (Project Brief) เพื่อขออนุมัติงบประมาณผ่านคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย ได้แก่ รองอธิการบดี คณบดี และผู้บริหารสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ ๓. ประสานหน่วยงานในท้องถิ่นก่อนลงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนโครงการ ๔. ดำเนินกิจกรรมภายใต้กรอบการพัฒนา ๓ มิติ คือ มิติสังคม มิติเศรษฐกิจ และมิติสิ่งแวดล้อม เพื่อแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของท้องถิ่น ๕. รายงานผลความคืบหน้าของโครงการต่อคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย ได้แก่ รองอธิการบดี คณบดี และผู้บริหารสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ ๖. ประเมินความสุขมวลรวมของชุมชน (Gross Village Happiness : GVH) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ในโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก ๗. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการ ๘. เผยแพร่ผลการดำเนินงานผ่านสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และงานแสดงผลงาน
	โครงการ	ผลผลิต	
	พื้นที่จังหวัดปทุมธานี		
	๑. ตำบลบางกระบือ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	-ตะกร้าสานลายดอกบัว	
	๒. ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	-รองเท้าผ้าฝ้าย -มูลไส้เดือน	
	๓. ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	- แชมพูสระผมกลิ่นดอกบัว และกลิ่นมะกรูด และทำผลิตภัณฑ์จุลินทรีย์ชีวภาพ (อีเอ็มบอล)	
	๔. ตำบลบ้านจั่น อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	-กระเป๋าผ้าสำหรับใส่สไบมอญ	
	๕. ตำบลคลองห้า อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	- ผักไฮโดร - พริกแกง	
	๖. ตำบลคูบางหลวง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	- ผลิตภัณฑ์กาละแมมอญได้รับการรับรองมาตรฐาน	
	๗. ตำบลหน้าไม้ อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	-น้ำพริกเห็ดสามเกลอ - ยาผสมสมุนไพร	
	๘. ตำบลสวนพริกไทย อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี	- ข้าวตัง - พวงมโหตร	

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	๙. ตำบลบ่อเงิน อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	- ลูกประคบ - น้ำมันนวดสมุนไพร
	๑๐. ตำบลบ้านใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	- ผลิตภัณฑ์ชุดหมอนรองคอ/หมอนนวดมือมีทั้งแบบทำสำเร็จและแบบ DIY
	๑๑. ตำบลระแหง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	- ผลิตภัณฑ์สบู่
	๑๒. ตำบลปึงกาสาม อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	- ผลิตภัณฑ์พริกแกง
	๑๓. ตำบลศาลาครุ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	- ลูกก็ให้ดัญชีพืช - น้ำพริกจิ้มข้าวเหนียวเหนียว
	๑๔. ตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	- พวงมาลัยลายผ้ามัดย้อม - เสื้อยืดลายผ้ามัดย้อม
	๑๕. ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	- ปลาแดดเดียว - น้ำหมักชีวภาพจากเศษปลา
	๑๖. ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	- ชุดดอกบัวประดิษฐ์ - ของที่ระลึกคือ พวงกุญแจ
	๑๗. ตำบลท้ายเกาะ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	- วนัมพะพร้าวกะทิสด - เทียนลอยน้ำ
	๑๘. ตำบลคลองเจ็ด อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	- ชาสมุนไพร

โครงการ	ผลิตภัณฑ์		กระบวนการ
	๑๙. ตำบลบึงชำอ้อ อำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	- แหนมปลา - ปลาต้ม	
	๒๐. ตำบลบางชะแยง อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	- ผ้าคลุมไหล่ Eco-Print - กระเป๋า Eco-Print - หมวก Eco-Print	
	๒๑. ตำบลบางเตือ อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี	- ตุ๊กกิ้งคโปรีไร้แป้ง - ตุ๊กกิ้งคโปรีไร้แป้ง	
	๒๒. ตำบลคลองพระอุดม อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	- กระเป๋าแบบมีฝาปิด - ตะกร้าหวาย	
	๒๓. ตำบลคูขวาง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี	- กระเป๋าสาน - น้ำปลาร้ามอย	
	๒๔. ตำบลลาดหลุมแก้ว อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี (พื้นที่ใหม่)	- น้ำพริกไข่เค็ม - เครื่องจักรสานจากเส้นใยพลาสติก	
	๒๕. ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี (พื้นที่ใหม่)	- สปันจ์เค้ก - ตุ๊กกิ้ง	
	พื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา		
	๑. ตำบลกกแก้วบุรพา อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- น้ำหมักชีวภาพ - น้ำมันสมุนไพร	
	๒. ตำบลกระแซง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- น้ำพริกจากหมูสมุนไพร - น้ำพริกหนังกุ้งกรอบสมุนไพร	

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	๓. ตำบลช้างใหญ่ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- น้ำพริกเห็ด - น้ำพริกปลาช่อนทอดกรอบ
	๔. ตำบลบางพลี อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- ไข่มะพร้าวหวาน - แครกเกอร์ธัญพืช - แครกเกอร์ - ธัญพืชไข่มะพร้าวหวาน
	๕. ตำบลบางไทรอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- ยาหม่องบ้านบางไทร - น้ำมันหอมระเหยกลั่นมะลิ - น้ำยาซักผ้า
	๖. ตำบลบ้านกลึง อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- ที่คาดผมจากเศษผ้า - ยางมัดผมจากเศษผ้า - กิ๊พติดผมจากเศษผ้า
	๗. ตำบลบ้านแปงอำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- พวงกุญแจนกษัตริย์ - พับบ้านไทย - เรือพับบ้านไทยแม่เหล็ก
	๘. ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- วัสดุบำรุงดินอัดเม็ด - ขนมไทย “เม็ดขนุน”
	๙. ตำบลบ้านม้า อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- สเปรย์ไล่ยุงกลิ่นตะไคร้ - ถูดับกลิ่น
	๑๐. ตำบลไผ่พระ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	- หน่อไม้ดองสีทอง - ก้านไม้หอมโรมาปรับอากาศสีทอง

โครงการ	ผลิตภัณฑ์		กระบวนการ
	๑๑. ตำบลบางยี่โท อำเภอ บางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	- ดอกไม้ประดิษฐ์จากโสน - พัฒนาสูตรกระยาสารท เป็น Snack Bar	
	๑๒. ตำบลโคกช้าง อำเภอ บางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	- พิมเสนน้ำ - ยาตมสมุนไพร	
	๑๓. ตำบลแคตก อำเภอ บางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	- น้ำพริกอกไก่คั่ว - น้ำพริกจากหมูคั่ว	
	๑๔. ตำบลแคออก อำเภอ บางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	- ถั่วทอดสมุนไพร - วัสดุปลูก	
	๑๕. ตำบลช้างน้อย อำเภอ บางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	- ไข่ช้างน้อยในชะลอม ๒ รูปแบบ	
	๑๖. ตำบลบ้านเกาะ อำเภอ บางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา	- สบู่สมุนไพร - แชมพูสมุนไพร	
	พื้นที่จังหวัดสระแก้ว		
	๑. ตำบลโคกลาน อำเภอตา พระยา จังหวัดสระแก้ว	- ข้าวเกรียบผักเคล - วัสดุปลูกจากมูลไส้เดือน	
	๒. ตำบลทัพราช อำเภอตา พระยา จังหวัดสระแก้ว	- บะหมี่ผักสลัด - บะหมี่ผักทอง	
	๓. ตำบลทัพไทย อำเภอตา พระยา จังหวัดสระแก้ว	- น้ำมันไพล - ลูกประคบสมุนไพรกระ ตูกไก่ดำ	

โครงการ	ผลิตผล		กระบวนการ
	๔. ตำบลซบมะกรูดอำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว	- กบแดดเดียวสมุนไพร - น้ำพริกกบสมุนไพร	
	๕. ตำบลเบญจขร อำเภอคลองหาด จังหวัดสระแก้ว	- ขนมมันหนึบ - ขนมกะหรี่ปั๊บนมม่วง	
	๖. ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว	- ถ่านดูดซับกลิ่น - น้ำส้มควันไม้	
	๗. ตำบลท่าข้าม อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	- มูลไส้เดือนอัดเม็ด - น้ำหมักบำรุงพืช - น้ำหมักสมุนไพรไล่แมลง - ผักปลอดภัย ๕ ชนิด	
	๘. ตำบลบ้านใหม่หนองไทร อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	- น้ำส้มควันไม้ผสมสมุนไพรสำหรับสัตว์เลี้ยง - น้ำส้มควันไม้กลิ่นบริสุทธิ์	
	๙. ตำบลเขาฉกรรจ์ อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว	- ผ้าทอลายค้างคาว - โกโก้แมส	
	๑๐. ตำบลวังใหม่ อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	- ลูกอมสมุนไพรของน้ำผึ้งมะนาว - ลูกอมสมุนไพรมะขาม น้ำผึ้ง - ถั่วทอดสมุนไพร	
	๑๑. ตำบลสระแก้ว อำเภอเมืองสระแก้ว	- ยาหม่อง - พิมเสนน้ำ	
	๑๒. ตำบลท่าเกษม อำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว	- ผักสลัด - ชุดอาหาร - ชุดผักแพนงเนื่องสุขภาพ	
	๑๓. ตำบลหันทราย อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	- สบู่ก้อนข้าวหอม - สบู่เหลวข้าวหอม - แชมพูข้าวหอม	

โครงการ	ผลิตภัณฑ์		กระบวนการ
		- บรรจุภัณฑ์ใส่สบู่จากเศษผ้า	
	๑๔. ตำบลตาหลังใน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว	- ยาดมสมุนไพร - ขนมหักม้วนกรอบ	
	๑๕. ตำบลตาพระยา อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว	- กลัวยฉาบ - กลัวยหนึบ	
	๑๖. ตำบลหนองแวง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว	- มูลสัตว์เพื่อการเลี้ยงไส้เดือน	
	๑๗. ตำบลบ้านด่าน อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว	- จุลินทรีย์สังเคราะห์แสง - น้ำสกัดชีวภาพจากพริกตกเกรด - อาหารเสริมอัดเม็ดบำรุงดิน	
	๑๘. ตำบลทัพเสด็จ อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว	- วัสดุปลูกจากมูลไหมอีรี - เห็ดเหื่อไผ่	
	๑๙. ตำบลโนนหมากมูน อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว	- ข้าวเกรียบเห็ดนางฟ้า - ข้าวเกรียบเห็ดหอม - น้ำพริกจิ้มข้าวเกรียบ	
	๒๐. ตำบลพระเพลิง อำเภอเขาฉกรรจ์ จังหวัดสระแก้ว	- ปลอกหมอนลายเสือ - แผ่นสมุนไพรประคบเย็น	
	๒๑. ตำบลหนองม่วง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว	- น้ำมันหอมระเหยสมุนไพร - เทียนหอมสมุนไพร - แผ่นแปะกันยุง - สเปรย์ไล่ยุง	
	๒๒. ตำบลโคกสูง อำเภอโคกสูง จังหวัดสระแก้ว	- วัสดุปลูกต้นไม้	

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	๒๓. ตำบลหนองตะเคียนบอน อำเภอวัฒนานคร จังหวัด สระแก้ว - สบู่เหลวเนื้อมุกผสมสารสกัดจากกระท้อน - โลชั่นทาผิวผสมสารสกัดจากกระท้อนอ่อน - สบู่เหลวเนื้อมุกผสมสารสกัดจากรากเห็ด - ผลิตภัณฑ์อื่น ๒๔. ตำบลคลองไก่อี้นอน อำเภอคลองหาด จังหวัด สระแก้ว - โมเดลต้นแบบระบบน้ำดื่ม ๒๕. ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัด สระแก้ว - ก้านไม้หอมกลิ่นดอกแก้ว - เทียนหอมไร้ควันกลิ่นดอกแก้ว ๒๖. ตำบลคลองน้ำใส อำเภอ อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว - หมวก - กระเป๋าคลัทช์ - พวงกุญแจ ๒๗. ตำบลทุ่งมหาเจริญ อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัด สระแก้ว - ไม้กวาดดอกหญ้า - ไม้กวาดทางมะพร้าว - เปลสนามจากวัสดุเหลือใช้ ๒๘. ตำบลเมืองไผ่ อำเภอ อรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว - ยาหม่องน้ำ - สเปรย์ไล่ยุง - เป็ลือกส้มโอเชื่อม ๒๙. ตำบลป่าไร่ อำเภออรัญ ประเทศ จังหวัดสระแก้ว - ตักแตนปรุงรสอบแห้ง ๓๐. ตำบลวัฒนานคร อำเภอ วัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (พื้นที่ใหม่) - ไม้กวาดเมืองนึ่งสมุนไพร - ข้าวแช่ - อาหารเลี้ยงไม้กวาดเมือง	

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	๓๑. ตำบลท่าเกรียน อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (พื้นที่ใหม่) - พืมน้ำสมุนไพร ดอกไม้แห้ง - น้ำมันเขียว - น้ำมันเหลือง - สมุนไพรไยบวบ ๓๒. ตำบลคลองทับจันทร์ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (พื้นที่ใหม่) - ปลาร้า - ปลาส้ม	
๒. โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนยั่งยืนสู่แพลตฟอร์มออนไลน์	จังหวัดปทุมธานีผลิตภัณฑ์เดิม ๒๖ ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๑๗ ผลิตภัณฑ์ จังหวัดสระแก้วผลิตภัณฑ์เดิม ๔๑ ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ใหม่ ๑๓ ผลิตภัณฑ์ (โครงการที่ ๒ ตารางที่ ๓)	The flowchart illustrates the process of elevating community product standards to an online platform. It begins with 'เลือกสินค้าชุมชน' (Select community products), leading to 'พัฒนาสินค้าชุมชน' (Develop community products). This is followed by 'การตลาดออนไลน์' (Online marketing), which involves 'ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์' (Use online platform) and 'ใช้โซเชียลมีเดีย' (Use social media). The process then moves to 'การตลาดออฟไลน์' (Offline marketing), including 'ใช้ช่องทางออฟไลน์' (Use offline channels) and 'ใช้เครือข่าย' (Use network). The final step is 'การตลาดออนไลน์' (Online marketing) again, leading to 'ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์' (Use online platform) and 'ใช้โซเชียลมีเดีย' (Use social media). The flowchart also includes a section for 'การตลาดออนไลน์' (Online marketing) with a list of steps: 1. เลือกสินค้าชุมชน, 2. พัฒนาสินค้าชุมชน, 3. ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์, 4. ใช้โซเชียลมีเดีย, 5. ใช้ช่องทางออฟไลน์, 6. ใช้เครือข่าย, 7. ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์, 8. ใช้โซเชียลมีเดีย, 9. ใช้ช่องทางออฟไลน์, 10. ใช้เครือข่าย.
๓. โครงการชุมชนดิจิทัล (Digital Community) เพื่อรองรับสังคมศตวรรษที่ ๒๑	๑. มีเครือข่ายการบูรณาการแบบจตุรภาคี (รัฐ เอกชน ชุมชน มหาวิทยาลัย) จำนวน ๒ เครือข่าย ๑.๑ ภาครัฐ ๑ เครือข่าย (สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ ๑ (สสว.๑) ตำบลรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี) ๑.๒ ภาคชุมชน ๑ เครือข่าย (ศูนย์ประสานงานและพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ วัดชัยสิทธิवास ตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี) ๒. ประชาชนทุกช่วงวัยในพื้นที่ชุมชนเป้าหมาย จำนวน ๑๓๙ คน ได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวน ๑๒๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๓๓	๑. ประสานงานความร่วมมือการจัดกิจกรรมในปี ๒๕๖๓ ณ สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ ๑ (สสว.๑) ตำบลรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ ๑ ให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมของโครงการชุมชนดิจิทัล (Digital Community) เพื่อรองรับสังคมศตวรรษที่ ๒๑ ๒. เปิดศูนย์ชุมชนต้นแบบด้านดิจิทัล ร่วมกับเครือข่ายศูนย์ประสานงานและพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ วัดชัยสิทธิवास ตำบลกระแซง อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นศูนย์กลางการถ่ายทอดให้ความรู้และสำหรับใช้ในการ

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	๓. จำนวนผลงาน/องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่นำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเชิงพื้นที่ ๑ ผลงาน/๔ หลักสูตร คือ สื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง สำหรับคนทุกช่วงวัยในรูปแบบออนไลน์ ๔ หลักสูตร ๔. จำนวนชุมชนที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการศึกษา ๗ ชุมชน คือ อำเภอคลองหลวง อำเภอธัญบุรี อำเภอเมืองปทุมธานี อำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอลำลูกกา อำเภอสสามโคก และอำเภอหนองเสือ	ตรวจสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลของคนในชุมชน ๓. จัดกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสำหรับประชาชนในชุมชน จังหวัดปทุมธานี โดยมีเนื้อหาการอบรม ได้แก่ วิธีการใช้เงินดิจิทัลของแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น แอปธนาคาร แอปเป๋าตัง เป็นต้น และรวมถึงวิธีการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smart Phone) เบื้องต้น วิธีการผลิตสื่อ Digital Content เช่น เทคนิคการถ่ายภาพสินค้าชุมชนให้น่าซื้อ น่าสนใจ ด้วยเทคนิคภาพจุดตัด ๙ ช่อง ของสมาร์ทโฟน (Smart Phone) เทคนิคการขายสินค้าบนโลกออนไลน์ (อีคอมเมิร์ซ) ณ สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ ๑ (สสว.๑) ตำบลรังสิต อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยมีผู้เข้าร่วมการอบรม จำนวน ๑๒๐ คน จากจำนวนกลุ่มเป้าหมาย ๑๓๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๖.๓๓ โดยผู้เข้าอบรมทำการตอบแบบประเมินความพึงพอใจการจัดกิจกรรมในภาพรวมครั้งนี้ คือ คะแนนค่าเฉลี่ยรวม ๔.๐๖ (ความพึงพอใจมากที่สุด) ระหว่างวันที่ ๗ - ๘ มี.ค. ๖๗ ๔. ผลิตและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง สำหรับคนทุกช่วงวัยในรูปแบบออนไลน์ จำนวน ๔ หลักสูตรที่สามารถเรียนแบบ e-Learning และ mobile-Learning ผ่านระบบเว็บไซต์ของสำนักวิทยบริการที่ https://lib.vru.ac.th/index.php/vrudigitalcommunity/ คือ ๑) หลักสูตรการใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้น ๒) หลักสูตรการผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ด้วยสมาร์ทโฟน

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
		๓) หลักสูตรอีคอมเมิร์ซ และ ๔) หลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อ ๕. ตัวแทนของคนในชุมชนอำเภอต่างๆ ที่ผ่านการอบรม และรับมอบวุฒิบัตร เพื่อแสดงได้ว่ามีทักษะความรู้ด้าน เทคโนโลยีดิจิทัล สามารถนำความรู้ที่ได้ไปถ่ายทอดพัฒนา ต่อยอดความรู้จากคนสู่คน
๔. โครงการศูนย์การเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการ ทรัพยากรชุมชนอย่างยั่งยืน	๑. ดำเนินการจำนวน ๗ ศูนย์ ปทุมธานี ภายใน จำนวน ๑ ศูนย์ ศูนย์การเรียนรู้ภายใน ๑ ศูนย์ ๔ ฐาน ภายนอก จำนวน ๔ ศูนย์ ๑. ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านคลองห้า หมู่ที่ ๖ ต. คลองห้า อ.คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ๒. ศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงก้าว ตามรอยพ่อ ต.หน้าไม้ อ.ลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี ๓. ศูนย์การเรียนรู้ตามศาสตร์พระราชาบ้านสวนพันธุ์ผัก ต. คลองควาย อ.สามโคก จังหวัดปทุมธานี ๔. ศูนย์การเรียนรู้ ต.คลองพระอุดม อ.ลาดหลุมแก้ว จังหวัด ปทุมธานี สระแก้ว ภายใน จำนวน ๑ ศูนย์ ๘ ฐานการเรียนรู้ ภายนอก จำนวน ๑ ศูนย์ - ศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตร มูลนิธิรัฐบุรุษ พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ๒. จำนวนองค์ความรู้หรือนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อบริหารจัดการกับปัญหาทรัพยากรในพื้นที่ ๕ องค์ความรู้ / นวัตกรรม	๑. สำรวจทรัพยากรในพื้นที่ชุมชน ๒. บริหารจัดการศูนย์สัมมนาโครงการอนุรักษ์ พันธุกรรมพืช ๓. จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ศาสตร์พระราชา-สระแก้ว ๔. พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ตามหลักปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียงภายในมหาวิทยาลัย (ปทุมธานี) ประกอบด้วย ๔ ฐานการเรียนรู้ ๕. พัฒนาศูนย์เรียนรู้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน ๔ ศูนย์ ๖. กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ตามแนวพระราชดำริ และหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ๗. บริหารดำเนินงานศูนย์สัมมนาโครงการอนุรักษ์ พันธุกรรมพืช อันเนื่องจากพระราชดำริฯ

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	๓. จำนวนประชาชนในชุมชนที่เข้าร่วมถ่ายทอดองค์ความรู้หรือนวัตกรรม ผู้ประกอบการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชนในพื้นที่ ๕๐๐ คน ๔. - ๕. N/A ๕. จำนวนประชาชนที่เข้าร่วมโครงการสามารถนำองค์ความรู้หรือนวัตกรรมไปแก้ปัญหาหรือขยายผลหรือนำไปใช้ประโยชน์ร้อยละ ๕ ตัวชี้วัดค่าผลลัพธ์ (outcome) ๑. มีศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบในการบริหารจัดการทรัพยากรชุมชน เป็นศูนย์ กลางในการเป็นแหล่งเรียนรู้ ศึกษาและถ่ายทอดองค์ความรู้แก่คนในชุมชน ๑ ศูนย์ ๒. มหาวิทยาลัยราชภัฏได้ใช้ศักยภาพในการบูรณาการองค์ความรู้หรือนวัตกรรม ร่วมกับชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากร การแก้ปัญหาและการใช้ประโยชน์ในพื้นที่อย่างเป็นระบบ ๑ องค์ความรู้/นวัตกรรม ๓. ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้หรือนวัตกรรมในการบริหารจัดการทรัพยากรในชุมชน การแก้ปัญหาและการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าในพื้นที่ ๑๐๐ คน ๔. ร้อยละของประชาชนที่เข้าร่วมโครงการเกิดการตระหนักรู้ในการบริหารจัดการทรัพยากร การแก้ปัญหาและการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ ร้อยละ ๓๐ ๕. ร้อยละของประชาชนที่เข้าร่วมโครงการสามารถนำองค์ความรู้หรือนวัตกรรมไปแก้ปัญหาหรือขยายผลหรือนำไปใช้ประโยชน์ ร้อยละ ๕	
๕. โครงการการเพิ่มศักยภาพชุมชน Soft Power บนฐานอัตลักษณ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น	๑. ชุมชนบ้านหันทราย หมู่ที่ ๑ ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๒. ชุมชนบ้านหันทราย หมู่ที่ ๒ ตำบลหันทราย อำเภอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์)	

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	๓. ชุมชนมิตรสัมพันธ์ ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๔. ชุมชนบ้านอรัญ ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๕. ชุมชนเจ้าพระยาบดินทร์ ตำบลอรัญประเทศ อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๖. ชุมชนบ้านคลองน้ำใส หมู่ที่ ๗ ตำบลคลองน้ำใส อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๗. ชุมชนบ้านตุ่น หมู่ที่ ๔ ตำบลบ้านด่าน อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๘. ชุมชนบ้านสุขมงคล หมู่ที่ ๗ ตำบลบ้านด่าน อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (๕ ชาติพันธุ์) ๙. ชุมชนบ้านหัวช้าง หมู่ที่ ๒ ตำบลวัฒนานคร อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (ไก๋ชน) ๑๐. ชุมชนบ้านโนนจิก หมู่ที่ ๓ ตำบลวัฒนานคร อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (ไก๋ชน) ๑๑. ชุมชนบ้านอ่างไผ่ หมู่ที่ ๘ ตำบลวัฒนานคร อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (ไก๋ชน) ๑๒. ชุมชนบ้านวัฒนานคร หมู่ที่ ๑๐ ตำบลวัฒนานคร อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว (ไก๋ชน) ๑๓. ชุมชนลำไทร ตำบลลำลูกกา อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี ๑๔. ชุมชนทศทิศพัฒนา หมู่ ๒ ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี	
๖. โครงการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษ เพื่อการยกระดับชุมชนสู่สากล	๑. พัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษในการสื่อสารและการประกอบอาชีพของประชาชนในชุมชน ๒. ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชน โดยการใช้ภาษาอังกฤษในการเพิ่มศักยภาพในการทำงาน และใช้ในการ	๑. แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาสมรรถนะภาษาอังกฤษสำหรับประชาชนในชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	หาความรู้เพิ่มเติมในชีวิตประจำวัน ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ๓. ยกระดับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในชุมชนสู่มาตรฐานสากล	๒. ประเมินสมรรถนะพื้นฐาน ทางภาษาอังกฤษของผู้เข้ารับการอบรม(Evaluation) ๓. ปรับปรุงหลักสูตรและพัฒนา Online Platform เพื่อพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ๔. สร้างข้อสอบมาตรฐานวัดความสามารถทางภาษาอังกฤษตามสภาพจริง (Authentic Test) ๕. พัฒนาอาจารย์ให้สามารถจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัยมี ประสิทธิภาพและปรับปรุง หลักสูตรและสื่อการสอน ๖. พัฒนานักศึกษาให้มีทักษะภาษาอังกฤษเพื่อลงไปช่วยพัฒนาประชาชนในชุมชน ๗. จัดกิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษให้ประชาชนในชุมชนตามความต้องการหรือตามบริบทของพื้นที่ ๘. การจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ จัดกิจกรรมเสริม เช่น การศึกษาดูงาน การจัดสถานที่หน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนให้มีบรรยากาศเอื้อต่อการเรียน ภาษาอังกฤษ เป็นต้น ๙. ทดสอบประเมินผลความสามารถทางภาษาอังกฤษของผู้เข้ารับการอบรมโดยใช้ข้อสอบวัดความสามารถทางภาษาอังกฤษตามสภาพจริง (Authentic Test) ๑๐. ผู้เข้าอบรมที่ไม่ผ่านการทดสอบให้สามารถจัดการเรียนรู้เพิ่มเติมให้ตั้งแต่กระบวนการ train ไปจนถึง Test อีกครั้ง ๑๑. รายงานผลการดำเนินงาน ปัญหา อุปสรรค
๗. โครงการยกระดับคุณภาพโรงเรียนขนาดเล็ก	๑. โครงการยกระดับคุณภาพการศึกษาโรงเรียนขนาดเล็ก	๑. ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการจำเป็นในการจัดการเรียนรู้แบบคละชั้นในโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัด สพฐ.

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	๑.๑ จำนวนโรงเรียนขนาดเล็ก ตรงเรียนในสังกัด สพฐ. โรงเรียน ตชด. และโรงเรียนกองทุนการศึกษาในเขตพื้นที่บริการที่เข้าร่วม การยกระดับคุณภาพการศึกษา จำนวน ๒๐ โรงเรียน ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี ๑๒ โรงเรียน ๑)ร.ร.วัดเมตตาราม ๒)ร.ร.วัดบ้านพร้าวใน ๓)ร.ร.คลอง ๑๑ ศาลาครุ(เทียมอุปถัมภ์) ๔)ร.ร.วัดเชิงท่า ๕)ร.ร.บางโพธิ์เหนือ ๖)ร.ร.วัดนิเทศน์ ๗)ร.ร.สุลักษณ์ ๘)ร.ร.คลองพระอุดม ๙)ร.ร.ลั่นจี่อุทิศ ๑๐)ร.ร.วัดแสงมณี ๑๑)ร.ร.ร่วมใจประสิทธิ์ ๑๒)ร.ร.วัดปทุมทอง จังหวัดสระแก้ว ๘ โรงเรียน ๑)ร.ร.บ้านทุ่งพลวง ๒)ร.ร.บ้านโคกไพล ๓)ร.ร.บ้านศาลาลำดวล ๔)ร.ร.บ้านหนองไทร ๕)ร.ร.บ้านเนินสวนอ้อย ๖) รร.ตชด.การบินไทย ๗)ร.ร.ตชด.ทุ่งกบินทร์ ๘)ร.ร.ตชด.บ้านน้ำอ้อม	ในเขตพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัย และจังหวัดใกล้เคียง และรับสมัครโรงเรียนที่สนใจเข้าร่วมโครงการ โดยใช้ แบบสอบถาม ๒. จัดกิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ มหาวิทยาลัย (๑) เพื่อพัฒนาความรู้และทักษะการ ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ ๑.๓ ติดตามความก้าวหน้าในการพัฒนากิจกรรมการ เรียนรู้ แบบออนไลน์ โดยให้คุณครูนำเสนอแนวคิดการ ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ และให้ข้อเสนอแนะโดย ผู้เชี่ยวชาญ ๓. คุณครูนำชุดกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นไปใช้จัดการ เรียนรู้ในห้องเรียน และวัดและประเมินผลสัมฤทธิ์การ เรียนรู้ของผู้เรียน ก่อนและหลังการจัดกิจกรรม ๔. ผู้เรียนประเมินการเรียนรู้ของตนเอง และความพึงพอใจ ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้แบบประเมิน ๖. คุณครูเข้าร่วมนิทรรศการแสดงผลงาน และมอบ ประกาศนียบัตร ณ มหาวิทยาลัย
๘. โครงการพัฒนานวัตกรรมการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้ สมรรถนะเป็นฐาน	๑. ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา ในเขตพื้นที่บริการ ของมหาวิทยาลัย จำนวน ๖๐ คน เข้าร่วมสัมมนาเชิง	๑.๑ ลงพื้นที่ติดต่อประสานความร่วมมือกับโรงเรียน ในเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูที่เข้าร่วม

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	ปฏิบัติการเพื่อวางแผนในการพัฒนาการเป็นนวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model เมื่อวันที่ ๒๓-๒๔ เมษายน ๒๕๖๗ จำนวน ๕๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๘.๓๓ ๒. โรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน ๖๐ โรงเรียน เข้าร่วมพัฒนาการเป็นนวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model จำนวน ๖๐ โรงเรียน เป็นร้อยละ ๑๐๐ ๓. ผู้บริหาร ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยงและศิษย์เก่าที่อยู่ในโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู จำนวน ๖๐ คน เข้าร่วมโครงการ จำนวน ๖๑ คน ได้รับการ re-skill up-skill and new skill ให้เป็นนวัตกรทางการศึกษา ตามสมรรถนะ PTRU Model เมื่อวันที่ ๔ กรกฎาคม ๒๕๖๗ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๑ ๔. ครูประจำการ ครูพี่เลี้ยงและนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู จำนวน ๔๒๖ คน มีลักษณะของ STRONG & SMART teacher จำนวน ๔๑๐ คน เมื่อวันที่ ๕ กันยายน ๒๕๖๗ คิดเป็นร้อยละ ๙๖.๒๔ ๕. จำนวน ๕ โมดูลการพัฒนา นวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบ PTRU Model ที่อาศัยความร่วมมือจากโรงเรียนเครือข่ายฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู เมื่อวันที่ ๑,๔-๕ เมษายน ๒๕๖๗	พัฒนาการเป็นนวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model ๑.๒ ประเมินความต้องการ ความจำเป็น และสมรรถนะของครูแนะแนวด้านความรู้ความเข้าใจ ทักษะ และทักษะในการจัดบริการแนะแนว ๑.๓ วิเคราะห์ ประเมินศักยภาพ ปัญหา/ความต้องการ/และข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ๑.๔ คัดเลือกและให้โรงเรียนเครือข่ายได้ตรวจสอบความถูกต้อง/ครบถ้วนและร่วมเสนอแนะรูปแบบการพัฒนาครูแนะแนว ๑.๕ ประชุมคณะทำงานเพื่อกำหนดประเด็นความรู้ และออกแบบรูปแบบกิจกรรม เพื่อจัดทำโปรแกรมพัฒนาครูแนะแนวของโรงเรียนเครือข่ายประสบการณ์วิชาชีพครูที่เข้าร่วมพัฒนาการเป็นนวัตกรทางการศึกษาตามรูปแบบฐานสมรรถนะ PTRU Model ๑.๖ จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการตามแผน ๑.๗ ประสานงานกับต้นสังกัด เขตพื้นที่ และสถานศึกษาเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ในการนิเทศน์ ติดตาม ผลการอบรมเชิงปฏิบัติการ ๑.๘ สะท้อนคิด แลกเปลี่ยนเรียนรู้ผลการนำไปใช้ ปรับปรุงแผนการดำเนินงาน และลงมือปฏิบัติอีกครั้ง ๑.๙ การนิเทศ ติดตาม และ Coaching and mentoring ครูแนะแนวและครูประจำชั้น ๑.๑๐ ประชุมถอดบทเรียนสะท้อนคิดแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากโครงการที่ได้รับการอบรมเชิงปฏิบัติการ ๑.๑๑ ประเมินการเปลี่ยนแปลง ด้าน ความรู้ ทักษะ และทักษะ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาวิชาชีพตนเอง

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
		๑.๑๒ ประชาสัมพันธ์ให้โรงเรียนเครือข่ายเตรียมสื่อนวัตกรรม เพื่อนำเสนอและคัดเลือกนวัตกรรมที่มีความโดดเด่น
๙. โครงการยกระดับนวัตกรรมชุมชน ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม	นักศึกษาวิศวกรสังคมหลังจากได้อบรมพัฒนาทักษะ Soft Skills ด้วยกระบวนการทางวิศวกรสังคมจำนวน ๑,๒๐๖ คน อาจารย์ จำนวน ๑๐๐ คน แล้วได้ลงพื้นที่ศึกษาบริบทชุมชนที่สนใจ และได้ค้นพบปัญหาของชุมชน และสอบถามความต้องการของชุมชนจึงใช้ทักษะวิศวกรสังคมดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ชุมชน จำนวน ๒๘ โครงการ ใน ๖ พื้นที่จังหวัดได้แก่ ปทุมธานี สระแก้ว พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง สุพรรณบุรี นครปฐม โดยสามารถตอบทเรียนองค์ความรู้ได้ ๓ กลุ่ม กลุ่มที่ ๑ Bioeconomy เศรษฐกิจชีวภาพ กลุ่มที่ ๒ Green economy ระบบเศรษฐกิจสีเขียว กลุ่มที่ ๓ Circular economy เศรษฐกิจหมุนเวียน	๑. ได้อบรมพัฒนาทักษะ Soft Skills ด้วยกระบวนการทางวิศวกรสังคม ๒. ลงพื้นที่ศึกษาบริบทชุมชนที่สนใจ และได้ค้นพบปัญหาของชุมชน และสอบถามความต้องการของชุมชนที่สนใจ และได้ค้นพบปัญหาของชุมชน และสอบถามความต้องการของชุมชนจึงใช้ทักษะวิศวกรสังคมดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ชุมชน จำนวน ๒๘ โครงการ
๑๐. โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ (EdPEX)	EdPEX Coaching จำนวน ๙ คน	๑. กำหนดคุณสมบัติของโค้ช เช่น ความเชี่ยวชาญด้าน EdPEX ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ และทักษะการสื่อสาร ๒. คัดเลือกบุคลากรที่มีประสบการณ์ในด้านต่างๆ เช่น การประเมินองค์กร การพัฒนากลยุทธ์ หรือการบริหารโครงการ ๓. จัดอบรมเชิงลึกเกี่ยวกับเกณฑ์ EdPEX รวมถึงวิธีการประเมินตนเอง (Self-Assessment) และการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) ๔. เริ่มกระบวนการโค้ชชิ่งโดยเน้นการวิเคราะห์บริบทขององค์กรและระบุจุดที่ต้องพัฒนา ๕. ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้ระหว่างโค้ชในทีม

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	แผนพัฒนาความเป็นเลิศขององค์กร จำนวน ๑๔ หน่วยงาน	๑. ศึกษาความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เช่น นักเรียน ผู้ปกครอง บุคลากร และชุมชน ๒. ทำการประเมินตนเอง (Self-Assessment) ตามเกณฑ์ EdPEx เพื่อระบุช่องว่าง (Gap Analysis) ๓. สร้างแผนงานหรือโครงการที่สอดคล้องกับเป้าหมายและตัวชี้วัด ๔. กำหนดระยะเวลาการดำเนินงาน และผู้รับผิดชอบ ๕. ออกแบบเครื่องมือและกระบวนการติดตาม เช่น การจัดประชุมรายงานผล การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ๖. จัดทำวงจร PDCA (Plan-Do-Check-Act) เพื่อสร้างการปรับปรุงอย่างเป็นระบบ ๗. ใช้ผลสำเร็จเป็นกรณีศึกษา (Case Study) เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรและชุมชน
	หน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการ มีการตรวจประเมินด้วยเกณฑ์ EdPEx และมีผลการประเมินเกินมาตรฐานขั้นต่ำ (EdPEx ๒๐๐) จำนวน ๔ หน่วยงาน จาก ๑๔ หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๕๗	๑. จัดทำรายงานการประเมินตนเองตามเกณฑ์ EdPEx ๒. จัดหาหน่วยงาน/Assessor ที่รับการตรวจประเมิน EdPEx ๓. ดำเนินการตรวจประเมิน EdPEx ๔. นำผลการประเมินมาจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพเพื่อปรับปรุงในปีถัดไป
๑๑. โครงการพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากร เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	๑. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัยสีเขียว ดังนี้ อันดับที่ ๒๑๒ ของโลก จาก ๑,๑๘๒ แห่งที่ส่งจัดอันดับ อันดับที่ ๑๐๔ ของเอเชีย จาก ๖๘๕ แห่งที่ส่งจัดอันดับ อันดับที่ ๑๕ ของประเทศไทย จาก ๕๕ แห่งที่ส่งจัดอันดับ และ	๑. รวบรวมความรู้และกิจกรรมเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ๒. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนจัดอบรมให้ความรู้กับเครือข่าย ๑. รวบรวมความรู้และกิจกรรมเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	อันดับที่ ๒ ของระดับมหาวิทยาลัยราชภัฏ จาก ๒๓ แห่งที่ ส่งจัดอันดับ โดยในปีงบประมาณ พบว่า อยู่ระหว่างดำเนินการ ซึ่งตาม กำหนดการของคณะกรรมการกลางสากล (UI GreenMetric Team) จะเข้าตรวจประเมินในช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ และประกาศผลการจัดอันดับ มหาวิทยาลัยสีเขียวโลก ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๗ ซึ่งผลจะออกใน ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๘ ๒. ผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัย Times Higher Education (THE) - SDG ๑ No Poverty (ของกลุ่มราช ภัฏ)มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯได้อันดับ ๔* ของ กลุ่มราชภัฏ ๔๐๑-๖๐๐ ของโลก โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏร่วม อันดับ ๔* ดังนี้ ๑.มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ๒.มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ๓.มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อันดับ ๑ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ คือ มหาวิทยาลัยราช ภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ได้ ๒๐๑-๓๐๐ ของระดับโลก ข้อเสนอแนะ ๑. เพิ่มงานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตและบริโภคอย่างมีความ รับผิดชอบ ๒. ส่งเสริมนโยบาย การจัดซื้ออาหารและวัสดุอุปกรณ์ อย่างมีจริยธรรม/การกำจัดของเสียวัสดุอันตราย/นโยบาย การกำจัดด้วยการฝังกลบ/การลดใช้พลาสติก/การใช้	

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	ผลิตภัณฑ์แบบใช้แล้วทิ้งมีการลดและมีการกำหนดนโยบาย/ การลดของเสียที่ครอบคลุมซัพพลายเออร์ ๓.การมีระบบจัดเก็บข้อมูลปริมาณขยะทุกประเภททั้งมหาวิทยาลัย" ๓. ผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัย Times Higher Education (THE) - SDG ๔ Quality Education (ของกลุ่มราชภัฏ) มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯได้อันดับ ๕* ของกลุ่มราชภัฏ ๔๐๑-๖๐๐ ของโลก โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏร่วม อันดับ ๕* ดังนี้ ๑.มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ๒.มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ๓.มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ๔.มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ๕.มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ข้อเสนอแนะ ๑. เพิ่มงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาปฐมวัยและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ๒. ส่งเสริมการให้ความรู้การวัดผลกิจกรรมเรียนรู้ตลอดชีวิต ช่วยให้ผู้ด้อยโอกาสเข้าถึงความรู้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย/ เปิดให้ประชาชนทั่วไปฝึกอบรม/หลักสูตรการศึกษา/ ส่งเสริมการเรียนรู้ผู้ด้อยโอกาส/นโยบายสนับสนุนการเข้าถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต ๓.เพิ่มสัดส่วนนักศึกษา รุ่นแรกของครอบครัวทั้งตรี โท เอก" ๔. ผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัย Times Higher Education (THE) - SDG ๑๒ Responsible	

โครงการ	ผลิตผล	กระบวนการ
	Consumption and Production (ของกลุ่มราชภัฏ) มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯได้อันดับ ๓* ของกลุ่ม ราชภัฏ ๔๐๑-๖๐๐ ของโลก โดยมีมหาวิทยาลัยราชภัฏร่วม อันดับ ๓* ดังนี้ ๑.มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ๒.มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ๓.มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อันดับ ๑ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ คือ มรภ.นครปฐม ได้ ๓๐๑-๔๐๐ ของระดับโลก ข้อเสนอแนะ ๑. เพิ่มงานวิจัยเกี่ยวกับการผลิตและบริโภคอย่างมีความ รับผิดชอบ ๒. ส่งเสริมนโยบาย การจัดซื้ออาหารและวัสดุอุปกรณ์ อย่างมีจริยธรรม/การกำจัดของเสียอันตราย/นโยบาย การกำจัดด้วยการฝังกลบ/การลดใช้พลาสติก/การใช้ ผลิตภัณฑ์แบบใช้แล้วทิ้งมีการลดและมีการกำหนด นโยบาย/ การลดของเสียที่ครอบคลุมซัพพลายเออร์ ๓.การมีระบบจัดเก็บข้อมูลปริมาณขยะทุกประเภททั้ง มหาวิทยาลัย"	

ตารางที่ ๒๒ : รายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จำแนกรายโครงการ

มิติ การพัฒนา	ปีงบประมาณ																				
	๒๕๖๒	๒๕๖๓		๒๕๖๔			๒๕๖๕				๒๕๖๖					๒๕๖๗					
		ซ้ำ ๒๕๖๒	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ซ้ำ ๒๕๖๔	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ซ้ำ ๒๕๖๔	ซ้ำ ๒๕๖๕	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ซ้ำ ๒๕๖๔	ซ้ำ ๒๕๖๕	ซ้ำ ๒๕๖๖	ใหม่
เศรษฐกิจ	๒		๑๙			๒๒				๑๑๑					๗๘						๑๓๒
สังคม	๑		๑๘			๖				๒๐					๑๒						๖
สิ่งแวดล้อม	๑		๑๓			๕				๑๗					๖๐						๑๕
การศึกษา	๕		๒๐			๓๕				๖					๑๕						๒๔

ตารางที่ ๒๓ : รายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จำแนกรายโรงเรียน

มิติ การพัฒนา	ปีงบประมาณ																				
	๒๕๖๒	๒๕๖๓		๒๕๖๔			๒๕๖๕				๒๕๖๖					๒๕๖๗					
		ซ้ำ ๒๕๖๒	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ซ้ำ ๒๕๖๔	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ซ้ำ ๒๕๖๔	ซ้ำ ๒๕๖๕	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ซ้ำ ๒๕๖๔	ซ้ำ ๒๕๖๕	ซ้ำ ๒๕๖๖	ใหม่
เศรษฐกิจ																					
สังคม																					
สิ่งแวดล้อม																					
การศึกษา	๑๐		๖๘			๓๖				๒๔					๖๗						๒๐

หมายเหตุ นับจำนวนโรงเรียนทั้งหมดที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเข้าไปพัฒนา (ไม่นับการส่งนักศึกษาไปฝึกสอนที่โรงเรียนเครือข่าย)

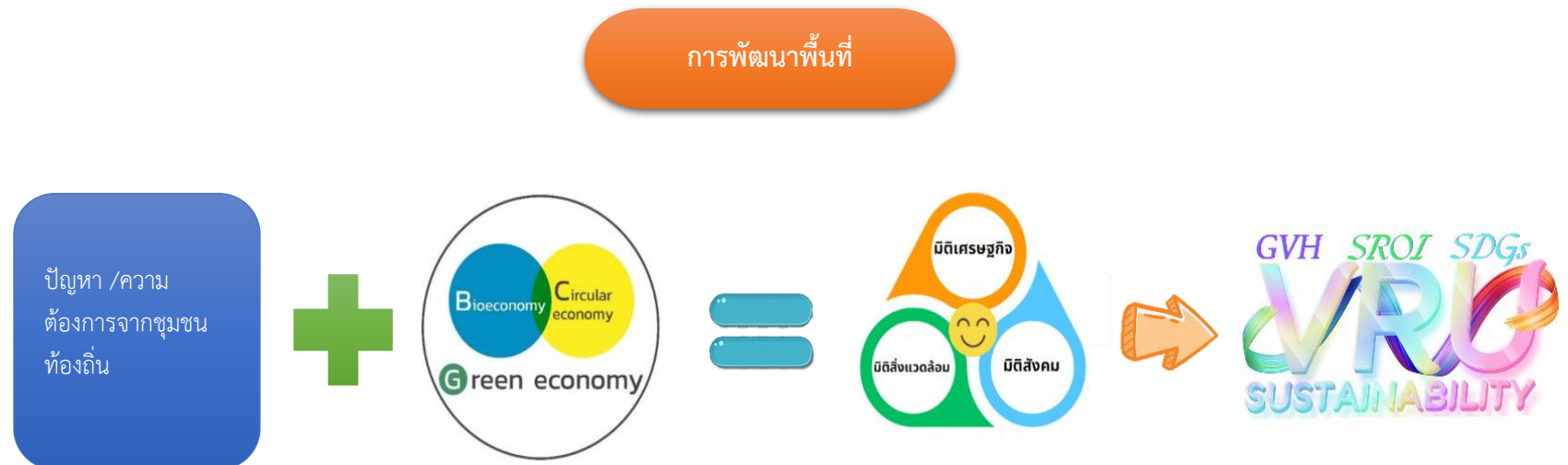
ตารางที่ ๒๔ : รายงานผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ จำแนกรายหมู่บ้าน

มิติ การพัฒนา	ปีงบประมาณ																				
	๒๕๖๒	๒๕๖๓		๒๕๖๔			๒๕๖๕				๒๕๖๖					๒๕๖๗					
		ซ้ำ ๒๕๖๒	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ซ้ำ ๒๕๖๔	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ซ้ำ ๒๕๖๔	ซ้ำ ๒๕๖๕	ใหม่	ซ้ำ ๒๕๖๒	ซ้ำ ๒๕๖๓	ซ้ำ ๒๕๖๔	ซ้ำ ๒๕๖๕	ซ้ำ ๒๕๖๖	ใหม่
เศรษฐกิจ	๕๒	๓๓	๒๒๘	๓๓	๒๒๘	๒๖๖	๓๓	๒๒๘	๒๖๖	๑๓๑	๓๓	๒๒๘	๒๖๖	๑๑๗	๑๔	๓๓	๒๒๘	๒๖๖	๑๑๗	๓๗๘	๘๕
สังคม																					
สิ่งแวดล้อม																					๑๔
การศึกษา																					

ภาคผนวก

๑. การออกแบบการดำเนินงานและผลการสังเคราะห์เชิงโครงสร้าง

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้มีการดำเนินงานต่อยอดจากปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น เสริมพลังปัญญาของแผ่นดิน ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์เพื่อยกคุณภาพมาตรฐานมหาวิทยาลัยราชภัฏสู่คุณภาพเป็นเลิศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพบัณฑิตสู่บัณฑิตอย่างมืออาชีพ การยกคุณภาพมาตรฐานชีวิตของชุมชน ท้องถิ่น และพื้นที่ให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ทั้งนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนในมิติต่างๆ ที่สอดคล้องกับแนวทางของรัฐบาลที่กำหนดยุทธศาสตร์ชาติในมิติต่างๆ ที่สอดคล้องกับแนวทางของรัฐบาลที่กำหนดยุทธศาสตร์ชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ BCG Economy เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) โดยเน้นการพัฒนาในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมของตำบลนั้นๆ อย่างบูรณาการ เพื่อให้เกิดโครงการในพื้นที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามความต้องการของพื้นที่และเกิดความสุขมวลรวมอย่างแท้จริง



๒. กระบวนการทำงานโครงการตามยุทธศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ มีการบริหารจัดการเพื่อดำเนินงานยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นสู่ความสำเร็จ โดยท่านอธิการบดีมอบถ่ายทอดนโยบายตัวชี้วัด โดยให้ รองอธิการบดีด้านบริการวิชาการ รองอธิการบดีด้านการวิจัย และรองอธิการบดีด้านบริหารจัดการร่วมกับผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา เป็นผู้กำกับติดตามร่วมกันกับคณบดีคณะ/วิทยาลัยต่างๆ คณะทำงานโครงการพันธกิจสัมพันธ์ บทบาทหน้าที่ ตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายของการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๗ โดยมีการกำหนดกระบวนการในการพัฒนาท้องถิ่น ดังนี้

๑. ค้นหาปัญหาและความต้องการของพื้นที่ในจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว ภายใต้กรอบการพัฒนา ๔ มิติ คือ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม มิติสิ่งแวดล้อม และมิติด้านการศึกษา
๒. เขียนโครงการ (Project Brief) เพื่อขออนุมัติงบประมาณจากผู้บริหารมหาวิทยาลัย ได้แก่ อธิการบดี รองอธิการบดี คณบดี และผู้บริหารสำนักส่งเสริมการเรียนรู้และบริการวิชาการ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
๓. ประสานหน่วยงานเครือข่ายในท้องถิ่นจังหวัดปทุมธานีและจังหวัดสระแก้ว ก่อนลงพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนโครงการ
๔. ดำเนินกิจกรรมภายใต้กรอบการพัฒนา ๔ มิติ คือ มิติเศรษฐกิจ มิติสังคม มิติสิ่งแวดล้อม และมิติด้านการศึกษา เพื่อแก้ไขปัญหาและสนองความต้องการของท้องถิ่น
๕. มีการรายงานผลความคืบหน้าของโครงการต่อคณะกรรมการของมหาวิทยาลัยเดือนละ ๑ ครั้ง ได้แก่ อธิการบดี รองอธิการบดี คณบดี และผู้บริหารส่วนงานต่างๆของมหาวิทยาลัย
๖. ประเมินความสุขมวลรวมของชุมชน (Gross Village Happiness : GVH) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน ในโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับเศรษฐกิจฐานราก
๗. จัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินโครงการประจำปี
๘. เผยแพร่ผลการดำเนินงานผ่านสื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และงานแสดงผลงาน

๓. แบบประเมินโครงการพัฒนา Soft Skill ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้ประเมินโครงการพัฒนา Soft Skill ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินเป็นผู้จัดทำรายงานผลการประเมินโครงการ โดยมีหัวข้อในการประเมินคือ

๑. สภาพของปัญหา
๒. วัตถุประสงค์
๓. เครื่องมือ
๔. ผลลัพธ์
๕. การขยายผล
๖. ความประทับใจ