

แบบสรุปโครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

โครงการ : ยกระดับธุรกิจอุตสาหกรรมและวิสาหกิจชุมชน

กิจกรรม : เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถเศรษฐกิจชุมชน

ค่าใช้จ่าย : 4.3 การยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจชุมชน

ค่าใช้จ่ายย่อย : 4.3-1 การยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจชุมชน

1. หลักการและเหตุผล (โดยย่อ)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยกองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน เป็นหน่วยงานในการพัฒนาและส่งเสริม ผู้ประกอบการในระดับฐานราก ได้นำ 9 ปัจจัยในการพัฒนามาเป็นหลักในการดำเนินการพัฒนา ประกอบด้วย (1) รายได้ (2) กำไร (3) การเติบโต (4) ความรู้คุณค่าเชิงวัฒนธรรม ความร่วมมือ (5) ผลผลิตภาพ (6) นวัตกรรม (7) การใช้ทรัพยากรในพื้นที่ (8) การรักษาสีสิ่งแวดล้อม และ (9) การประหยัดพลังงาน โดยแบ่ง การดำเนินการเป็น 3 ระดับ คือ ระดับที่ 1 กลุ่มเริ่มก้าว เป็นกลุ่มที่ต้องพัฒนา ยังไม่มีทิศทางในการทำธุรกิจ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้มีโอกาส สร้างเริ่มต้นธุรกิจ บ่มเพาะวิธีการดำเนินธุรกิจด้านการบริหาร การตลาด การประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ให้สามารถค้นหาอัตลักษณ์ พัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของตลาด ระดับที่ 2 กลุ่มเสริมความเข้มแข็งเป็นกลุ่มที่มีธุรกิจชัดเจน เห็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ เติบโตได้อย่างรวดเร็วด้วยการสร้างมาตรฐานเพิ่มผลผลิตภาพ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างมูลค่าเพิ่ม จัดการใช้พลังงาน และสามารถขยายฐานการผลิต มีกลยุทธ์การตลาดให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างมั่นคง และระดับที่ 3 กลุ่มต่อยอดสู่ความยั่งยืน เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง ศักยภาพสูง โดยมุ่งสนับสนุนปัจจัยเอื้อที่ช่วยให้ธุรกิจยั่งยืน ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และให้ความสำคัญ ในการพัฒนา คน สภาพแวดล้อม ทรัพยากรและ อัตลักษณ์ของชุมชนให้เกิดประโยชน์ครบวงจรเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและมูลค่าสูง เน้นการเชื่อมโยงเครือข่ายภายนอก พร้อมทั้งให้ความสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ตามนโยบาย BCG Economy

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อเพิ่มทักษะ องค์ความรู้การบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ พร้อมเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ก่อให้เกิดรายได้และเงินทุนหมุนเวียนในชุมชน

2.2 เพื่อยกระดับกระบวนการผลิตด้วยการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ให้เป็นไปตามแนวทางปฏิบัติด้านมาตรฐานการผลิตพร้อมทั้งยกระดับผลิตภัณฑ์ในชุมชน ให้เป็นไปตามความต้องการตลาด

3. ผลที่คาดว่าจะได้รับ (โดยย่อ)

ทางตรง กลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพเฉลี่ยทุกด้าน และมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 176,280,000 บาท

ทางอ้อม เกิดจากจ้างงานเพิ่มขึ้น 12,312,000 บาท ต่อปี ช่วยให้อุตสาหกรรมอยู่รอด และ/หรือเกิดความเข้มแข็งของเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทาน

รวมมูลค่าทางเศรษฐกิจ 188,592,000 บาท คิดเป็น 7.60 เท่าของงบประมาณที่ได้รับ

4. เปรียบเทียบการดำเนินงาน (เฉพาะโครงการต่อเนื่อง)

รายการ	ปีงบประมาณ 2568	ปีงบประมาณ 2567
งบประมาณรวม	งบประมาณรวม 24,800,000 บาท - ฝึกอบรม 1,370,000 บาท (5.52 %) - จ้างทั่วไป 19,750,000 บาท (79.67 %) - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 3,680,000 บาท (14.87 %)	งบประมาณรวม 34,650,000 บาท - ฝึกอบรม 18.62 บาท (%) - จ้างทั่วไป 69.27 บาท (%) - ค่าใช้จ่ายอื่นๆ 12.13 บาท (%)
ผลผลิต	300 คน / 30 กลุ่ม / 180 ผลิตภัณฑ์ ผลผลิตเชิงปริมาณ - จำนวนวิสาหกิจและผู้รับบริการที่ได้รับการพัฒนา 300 คน / 30 กลุ่ม - จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา 180 ผลิตภัณฑ์ - ร้อยละ 80 ผู้รับบริการที่ได้เข้ารับการฝึกอบรม มีองค์ความรู้เพิ่มขึ้น และสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ - ผู้รับบริการมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่า ร้อยละ 90 ผลลัพธ์ - ร้อยละ 80 อุตสาหกรรม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการพัฒนามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	800 คน / 30 กลุ่ม / 200 ผลิตภัณฑ์ ผลผลิตเชิงปริมาณ - จำนวนวิสาหกิจชุมชนและผู้รับบริการที่ได้รับการพัฒนา 800 คน / 30 กลุ่ม - จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา 200 ผลิตภัณฑ์ - ร้อยละ 80 ผู้รับบริการที่ได้เข้ารับการฝึกอบรม มีองค์ความรู้เพิ่มขึ้น และสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ - ผู้รับบริการมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ผลลัพธ์ - ร้อยละ 80 อุตสาหกรรม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการพัฒนามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

รายการ	ปีงบประมาณ 2568	ปีงบประมาณ 2567
สัดส่วนงบประมาณและเป้าหมาย	หน่วยบริหารโครงการ - เป้าหมาย 47.00 % ของเป้าหมายรวม - งบประมาณ 12,700,000 บาท (51.21 %) หน่วยปฏิบัติ (กองส่วนกลาง) - เป้าหมาย % ของเป้าหมายรวม - งบประมาณ บาท (%) หน่วยปฏิบัติ (ศก./ศว.) - เป้าหมาย 53 % ของเป้าหมายรวม - งบประมาณ 12,100,000 บาท (48.79 %)	หน่วยบริหารโครงการ - เป้าหมาย 75.00 % ของเป้าหมายรวม - งบประมาณ 28,086,000 บาท (81.06 %) หน่วยปฏิบัติ (กองส่วนกลาง) - เป้าหมาย % ของเป้าหมายรวม - งบประมาณ บาท (%) หน่วยปฏิบัติ (ศก./ศว.) - เป้าหมาย 24.75 % ของเป้าหมายรวม - งบประมาณ 6,564,000 บาท (18.94 %)
สัดส่วนงบประมาณกิจกรรม	- หลัก 18,850,000 บาท (76.00 %) - รอง 4,290,000 บาท (17.30 %) - สนับสนุน 1,660,000 บาท (6.70 %)	- หลัก 29,850,000 บาท (86.15 %) - รอง 1,335,000 บาท (3.85%) - สนับสนุน 3,465,000 บาท (10.00 %)

5. รายละเอียดกิจกรรมดำเนินการ (ระบุเฉพาะกิจกรรมหลักโดยย่อ)

กิจกรรม พัฒนาศักยภาพการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน (พื้นที่สูง) : หลักสูตรฝึกอบรม เพิ่มทักษะการแปรรูป และทักษะการตลาด จำนวน 3-5 วัน ประกอบด้วย

- online เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- on-site เน้นการพัฒนาศักยภาพองค์ความรู้ของผู้ประกอบการ/ชุมชน

กิจกรรม พัฒนาศักยภาพนักธุรกิจชุมชนคนรุ่นใหม่ (Next Generation) : หลักสูตรฝึกอบรม เพื่อยกระดับผู้ประกอบการด้วยทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Creative Business Camp) เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ การประยุกต์ต่อยอดการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพในทุกมิติสำหรับผู้ประกอบการคนรุ่นใหม่

ให้คำแนะนำทางธุรกิจ (Mentoring) : คัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า 16 คน เพื่อเข้ารับการให้คำแนะนำทางธุรกิจ (Mentoring) จำนวนไม่น้อยกว่า 18 ชั่วโมง/คน ด้านการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทคนิคการบริหารธุรกิจ รวมทั้งการประยุกต์ต่อยอดกลยุทธ์ทางธุรกิจสู่แนวทางการปฏิบัติงาน พร้อมยกระดับขีดความสามารถนักธุรกิจชุมชนคนรุ่นใหม่ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

กิจกรรมยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยมาตรฐานการผลิต/ผลิตภัณฑ์ : ปรึกษาแนะนำเชิงลึก : ไม่น้อยกว่า 30 Man-hours/กลุ่ม เพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการผลิต/ผลิตภัณฑ์ เกิดการปรับปรุงกระบวนการผลิต ให้เป็นไปตามมาตรฐานพื้นฐานอาหารและที่เกี่ยวข้อง อาทิ FDA, GHP, HACCP เป็นต้น ให้มีความพร้อมในการยื่นรับรองมาตรฐาน เพื่อให้การผลิตมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ สามารถสร้างโอกาสเชื่อมโยงตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

กิจกรรม ยกระดับการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม : ปรึกษาแนะนำเชิงลึก : ไม่น้อยกว่า 36 Man-hours เพื่อนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้าไปปรับใช้กับกระบวนการผลิต อาทิ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในสถานประกอบการ/การจัดการน้ำเสียอุตสาหกรรมชุมชน เพื่อให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพ มีผลผลิตภาพเพิ่มขึ้น และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างโอกาสทางธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบันได้

กิจกรรม พัฒนาลิขสิทธิ์ด้วย Data Analytics And Plug-in Media : หลักสูตรฝึกอบรม : จำนวน 3 ครั้ง ประกอบด้วย 1) ชี้แจงการดำเนินงานโครงการประเมินศักยภาพผู้ประกอบการ 2) จัดกิจกรรม Design Thinking Business Creative 3) จัดกิจกรรมวิพากษ์ รับฟังความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้อง (Feedback)

ปรึกษาแนะนำเชิงลึก : จำนวน 3 M/D ประกอบด้วย 1) Branding & Storytelling 2) Sketch Design 3) Prototype หรือต้นแบบผลิตภัณฑ์

สร้างการรวมกลุ่ม/เครือข่าย : 1) อุตสาหกรรมแพชั่น 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว - อุตสาหกรรมโรงแรม

เชื่อมโยงธุรกิจเพื่อส่งเสริมการตลาด : 1) การตลาดจังหวัดชายแดนที่มีศักยภาพ 2) การตลาดจังหวัดส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว

กิจกรรม การผลักดันสินค้าและบริการชุมชนสู่ช่องทางตลาดใหม่ : หลักสูตรฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ : “แนวโน้มความต้องการตลาด (Market trend) กับแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (Product Concept) ด้วยการ Pitching” ให้แก่ วิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการชุมชนในระดับเริ่มต้นเข้าสู่การทำตลาด ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 3 วัน/ครั้ง โดยกำหนดจัด 2 ครั้ง

เชื่อมโยงธุรกิจเพื่อส่งเสริมการตลาด : ดำเนินกิจกรรมสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงตลาดผ่านเครือข่าย เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม เริ่มจากการประเมินความพร้อมของวิสาหกิจชุมชนและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นำมาวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อการเชื่อมโยง และถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการและการเชื่อมโยงเครือข่ายและดำเนินกิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่าย เพื่อยกระดับสินค้าชุมชน พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำด้านการบริหารจัดการและการตลาดการส่งเสริมการตลาด เพื่อขยายโอกาสทางการค้า ในงาน OTOP และ Industry fair

6. ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาในเชิงผลลัพธ์/ความคุ้มค่า (กรณีเป็นโครงการต่อเนื่อง) โดยย่อ

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567) ดำเนินการยกระดับธุรกิจอุตสาหกรรมและวิสาหกิจชุมชน จำนวน 800 คน 30 กลุ่ม 200 ผลิตภัณฑ์ สามารถเพิ่มผลผลิตภาพ (รายได้เพิ่มขึ้น และผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามีมูลค่าเพิ่มขึ้น) รวมกันกว่า 165,132,000 บาท

รายละเอียดโครงการ/กิจกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

1. ชื่อโครงการ : โครงการยกระดับธุรกิจอุตสาหกรรมและวิสาหกิจชุมชน

กิจกรรม : เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถเศรษฐกิจชุมชน

ค่าใช้จ่าย : 4.3-1 ค่าใช้จ่ายในการยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจชุมชน

ค่าใช้จ่ายย่อย : การยกระดับศักยภาพเศรษฐกิจชุมชน

** (ชื่อโครงการ กิจกรรม ค่าใช้จ่าย ระบุชื่อ ตาม พรบ. ปี 2568)

☐ โครงการใหม่

☒ โครงการเดิม (ตอบผลการดำเนินงานในข้อ 15)

2. หลักการและเหตุผล

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ได้กำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทย “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือเป็นคติพจน์ประจำชาติว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อสนองต่อผลประโยชน์แห่งชาติ โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม ณ ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองภายในประเทศ ซึ่งถูกซ้ำเติมจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ทำให้กลายเป็นภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจเป็นวงกว้างที่แม้แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ และยังไม่สามารถแก้ไขเยียวยาได้อย่างเป็นรูปธรรม ความท้าทายเหล่านี้เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาความยากจน ความเหลื่อมล้ำและความยากลำบากให้กับสังคมไทย ทำให้ประเทศไทยขาดความพร้อมที่จะเติบโตได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยรัฐบาลมีแนวทางที่จะสร้างรายได้โดยการใช้ทุนเศรษฐกิจเชิงรุกเพื่อเปิดประตูการค้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ให้สินค้าและบริการของประเทศไทย พร้อมทั้งส่งเสริมเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ อาทิ การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล อุตสาหกรรมเทคโนโลยีขั้นสูง อุตสาหกรรมสีเขียว และอุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศไทยรวมทั้งการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในประเทศเพื่อให้เป็นเครื่องยนต์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และยกระดับศักยภาพการแข่งขันของประเทศ พร้อมด้วยนโยบายสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์ หรือ Soft Power ของประเทศ เพื่อยกระดับและพัฒนาความสามารถด้านความรู้ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้รวมทั้งการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาต่อยอดศิลปะ วัฒนธรรมและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนมุ่งเน้นการบริหารประเทศในรูปแบบบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานให้ตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาประเทศระยะยาว

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม โดยกองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน เป็นหน่วยงานในการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการในระดับฐานราก ได้นำ 9 ปัจจัยในการพัฒนามาเป็นหลักในการดำเนินการพัฒนา ประกอบด้วย (1) รายได้ (2) กำไร (3) การเติบโต (4) ความรู้ คุณค่าเชิงวัฒนธรรม ความร่วมมือ (5) ผลผลิตภาพ (6) นวัตกรรม (7) การใช้ทรัพยากรในพื้นที่ (8) การรักษาสิ่งแวดล้อม และ (9) การประหยัดพลังงาน โดยแบ่งการดำเนินการเป็น 3 ระดับ คือ ระดับที่ 1 กลุ่มเริ่มก้าว เป็นกลุ่มที่ต้องพัฒนา ยังไม่มีทิศทางในการทำธุรกิจ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้มีโอกาสสร้างเริ่มต้นธุรกิจ บ่มเพาะวิธีการดำเนินธุรกิจด้านการบริหาร การตลาด การประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญา ให้สามารถค้นหาอัตลักษณ์พัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของตลาด ระดับที่ 2 กลุ่มเสริม ความเข้มแข็ง เป็นกลุ่มที่มีธุรกิจชัดเจน เห็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ เติบโตได้อย่างรวดเร็วด้วยการสร้างมาตรฐาน เพิ่มผลผลิตภาพ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างมูลค่าเพิ่ม จัดการใช้พลังงาน และสามารถขยายฐานการผลิต มีกลยุทธ์การตลาดให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างมั่นคง และระดับที่ 3 กลุ่มต่อยอดสู่ความยั่งยืน เป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง ศักยภาพสูง โดยมุ่งสนับสนุนปัจจัยเอื้อที่ช่วยให้ธุรกิจยั่งยืน ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และให้ความสำคัญในการพัฒนา คน สภาพแวดล้อม ทรัพยากร

และอัตลักษณ์ของชุมชนให้เกิดประโยชน์ครบวงจรเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและมูลค่าสูง เน้นการเชื่อมโยงเครือข่ายภายนอก พร้อมทั้งให้ความสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ตามนโยบาย BCG Economy

3. วัตถุประสงค์ (ไม่ควรเกิน 3 ข้อ และต้องสอดคล้องเชื่อมโยงกับตัวชี้วัดและกิจกรรมดำเนินการ)

3.1 เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ และเพิ่มทักษะที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการความเป็นผู้ประกอบการ ให้สามารถต่อยอดอัตลักษณ์ภูมิปัญญา นำมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ สร้างงาน สร้างรายได้ เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน

3.2 เพื่อยกระดับกระบวนการผลิตด้วยการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ให้เป็นไปตามแนวทางปฏิบัติด้านมาตรฐานการผลิต พร้อมทั้งยกระดับผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด

4. ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

4.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประกอบด้วย ขนาดย่อม (Micro) ขนาดเล็ก (Small) และขนาดกลาง (Medium) (หน่วยนับ : กิจการ/คน)

☐ วิสาหกิจ (กิจการ)

(ตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เน้นภาคการผลิต)

☐ พนักงานของ SMEs (คน)

☐ ผู้ประกอบการ SMEs (คน)

☐ ทายาท SMEs (คน)

4.2 วิสาหกิจชุมชน /OTOP (หน่วยนับ : กลุ่ม/คน)

☒ วิสาหกิจชุมชน (กลุ่ม)

☒ OTOP (กลุ่ม) ระดับดาว ☐ 1 ดาว ☐ 2 ดาว ☐ 3 ดาว ☐ 4 ดาว ☐ 5 ดาว

☒ OTOP (รายเดี่ยว) ระดับดาว ☐ 1 ดาว ☐ 2 ดาว ☐ 3 ดาว ☐ 4 ดาว ☐ 5 ดาว

☒ ผู้ประกอบการชุมชน (คน)

4.3 อื่นๆ (นอกเหนือจาก 4.1 และ 4.2)

☐ ที่ปรึกษา/ผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรม (คน)

☐ นักออกแบบ (คน)

☒ นักศึกษาชั้นปี 3-4 / ผู้ที่เพิ่งจบการศึกษา (คน)

☒ ผู้ว่างงาน (คน)

☒ บุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง (คน) ☒ อื่น ๆ (ผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์)

คำอธิบายหน่วยนับ

1. คน หมายถึง บุคลากรในภาคอุตสาหกรรม/ สมาชิกกลุ่ม OTOP หรือ วิสาหกิจชุมชน/ ทายาทธุรกิจ/ ผู้ให้บริการธุรกิจ/ นักออกแบบ/ ราษฎร นักศึกษา ประชาชนทั่วไป

2. กิจการ หมายถึง ผู้ประกอบการ หรือสถานประกอบการที่มีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ทะเบียนการค้า ทะเบียนพาณิชย์ ทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ทะเบียน OTOP หรือมีการจดทะเบียนจากหน่วยงานราชการอื่นใดที่แสดงฐานะเป็นนิติบุคคล หรือผู้ประกอบการ

3. กลุ่ม หมายถึง วิสาหกิจชุมชน (ทะเบียนวิสาหกิจชุมชน)/ กลุ่ม OTOP/ Cluster/ SP (Service Provider)

4. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลผลิตที่เกิดจากกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ หรือออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ (ต้นแบบ)

5. สาขาอุตสาหกรรมเป้าหมาย (กำหนดสาขาอุตสาหกรรม และกำหนดร้อยละของแต่ละสาขา)

☐ อุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคต	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมหุ่นยนต์	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมดิจิทัล	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมการแพทย์และสาธารณสุข	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมแฟชั่น	ร้อยละ.....
☒ อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป/สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	ร้อยละ 20
☒ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป/เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์ขงดื่ม	ร้อยละ 20
☐ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน	ร้อยละ.....
☐ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	ร้อยละ.....
☒ อื่น ๆ ระบุ	ร้อยละ.....
☒ อุตสาหกรรมเวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง	ร้อยละ 5
☒ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	ร้อยละ 10
☒ อุตสาหกรรมแฟชั่นและไลฟ์สไตล์	ร้อยละ 15
☒ อุตสาหกรรมเซรามิก	ร้อยละ 10
☒ อื่น ๆ ระบุ นอกเหนือจากรายการข้างต้น	ร้อยละ 20

เช่น สาขาผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ของตกแต่ง ของใช้และของที่ระลึก สมุนไพรที่ไม่ใช่

อาหาร

หมายเหตุ : สาขาอุตสาหกรรมเป้าหมายเป็นการประมาณการเบื้องต้น ทั้งนี้ สามารถถ่วงเฉลี่ยสาขาเป้าหมายตามความเหมาะสมเมื่อดำเนินการจริง

6. เป้าหมายผลผลิตโครงการ (เฉพาะกิจกรรมหลัก)

หน่วยนับ	กิจการ	คน	กลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	อื่น ๆ (ระบุ)
รวมทั้งสิ้น		300	30	180	

7. ตัวชี้วัดผลผลิต/ตัวชี้ผลลัพธ์ และผลกระทบ

ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้ผลลัพธ์	ค่าเป้าหมาย /หน่วยนับ
ผลผลิต (ระบุผลผลิตเฉพาะกิจกรรมหลัก)	
ผลผลิตเชิงปริมาณ	
☒ จำนวนวิสาหกิจและผู้รับบริการที่ได้รับการพัฒนา	300 คน 30 กลุ่ม
☒ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	180 ผลิตภัณฑ์
☐ จำนวนผู้ให้บริการธุรกิจอุตสาหกรรม และหน่วยงานส่งเสริม SME ได้รับการพัฒนา	
☐ จำนวนผู้ประกอบการที่มีโอกาสเชื่อมต่อ แหล่งทุนหรือทดสอบตลาด	
☐ จำนวนผู้รับบริการที่ได้รับการส่งเสริม เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดสากล	
☐ อื่น ๆ (ระบุ)	
ผลผลิตเชิงคุณภาพ	
☒ ผู้รับบริการที่ได้เข้ารับการฝึกอบรมมีองค์ความรู้เพิ่มขึ้น (Pre-test / Post-Test)	ร้อยละ 80
☒ ผู้รับบริการที่ได้รับการสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	ร้อยละ 80
☒ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจไม่น้อยกว่า	ร้อยละ 90
☐ อื่นๆ (ระบุ)	
ผลลัพธ์	
☒ 1. อุตสาหกรรม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการพัฒนามีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	
☒ 1.1 ต้นทุนลดลง เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	ร้อยละ 80
☒ 1.2 รายได้เพิ่มขึ้น เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	ร้อยละ 80
☒ 1.3 ลดการสูญเสีย เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	ร้อยละ 80
☒ 1.4 ยอดขายเพิ่มขึ้น เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	ร้อยละ 80
☒ 1.5 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามีมูลค่าเพิ่มขึ้น เฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 10	ร้อยละ 80
☐ 2. กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการบริการสามารถนำข้อมูล/คำปรึกษาแนะนำไปสนับสนุน และเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจได้	ร้อยละ 60
☐ 3. จำนวนผู้ที่ได้รับการพัฒนามีการจัดตั้งธุรกิจ หรือขยายธุรกิจ	
☐ 3.1 จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา มีการจัดตั้งธุรกิจ	ร้อยละ 15
☐ 3.2 จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา มีการขยายธุรกิจ	ร้อยละ 15
☐ 4. วิสาหกิจที่ได้รับการพัฒนามีต้นทุนโลจิสติกส์ลดลงร้อยละ 15	ร้อยละ 80
☐ 5. อื่น ๆ (ถ้ามี)	
ตัวชี้วัดผลผลิตและตัวชี้ผลลัพธ์	ค่าเป้าหมาย /หน่วยนับ
ผลกระทบ/ความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจ (โปรดระบุให้ชัดเจน พร้อมวิธีการคำนวณ)	
มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ	188,592,000 บาท
รวมมูลค่าทางเศรษฐกิจ	188,592,000 บาท

8. ผลที่คาดว่าจะได้รับโดยรวมของการดำเนินโครงการ ผลกระทบ/ความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม *(โปรดระบุวิธีการคำนวณให้ชัดเจน เช่น ลดต้นทุน รายได้เพิ่มขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้น ลดการสูญเสียมูลค่า ยอดขายของต้นแบบต่อปี มูลค่าผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นได้รับการพัฒนา)

8.1 ผลกระทบ/ความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจ คิดเป็นมูลค่า 176,280,000 บาท (ทางตรง)

- กลุ่มเป้าหมายมีรายได้เพิ่มขึ้นเดือนละ 20,000 บาท $\times$ 12 เดือน $\times$ 240 คน = 57,600,000 บาท
- กลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (ผลผลิตด้าน ของเสียลดลง ต้นทุนลดลง มูลค่ายอดขายเพิ่มขึ้น) (30 กลุ่ม $\times$ 500,000 บาท/กลุ่ม/ปี) รวมมูลค่า 15,000,000 บาท
- กลุ่มเป้าหมายมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ 60,000 บาท $\times$ 12 เดือน $\times$ 144 ผลิตภัณฑ์ = 103,680,000 บาท

8.2 ผลกระทบ/ความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจโดยประมาณการคิดเป็นมูลค่ารวม 12,312,000 บาท (ทางอ้อม)

☒ เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น

จำนวน 76 คน

กิจกรรม	จ้างคนเพิ่ม	บาทต่อวัน	บาทต่อเดือน	รวมต่อปี	
				คน	บาท
โครงการยกระดับธุรกิจอุตสาหกรรมและวิสาหกิจชุมชน	76	450	13,500	76	12,312,000
รวมทั้งสิ้น				76	12,312,000

☒ ช่วยให้ธุรกิจอยู่รอด

จำนวน 30 กลุ่ม

☒ เกิดความเข้มแข็งของเครือข่ายในห่วงโซ่อุปทาน

จำนวน 30 กลุ่ม

☒ อื่นๆ กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาองค์ความรู้

จำนวน 30 กลุ่ม

☒ อื่นๆ เช่น รายได้ของธุรกิจห่วงโซ่อุปทาน (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) ที่เพิ่มขึ้น

ผู้รับจ้างผลิต เกษตรกร เป็นต้น

8.3 ความคุ้มค่าจากการดำเนินโครงการ (ความคุ้มค่าเป็นกี่เท่าของงบประมาณที่ได้รับ)

ความคุ้มค่าเป็น 7.60 เท่า ของงบประมาณที่ได้รับ (24,800,000 บาท)

9. เป้าหมายผลผลิต และงบประมาณ จำแนกตามพื้นที่ดำเนินการ

ที่	พื้นที่ดำเนินการ (ระบุจังหวัด)	เป้าหมายผลผลิต				งบประมาณ (บาท)
		กิจการ	คน	กลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	
1	ภาคกลาง (ส่วนกลาง : กข.กลอ. / ศภ.8)		190	30	50	13,690,000
	กองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน จังหวัดกรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ พระนครศรีอยุธยา สระบุรี		170	30	40	12,700,000
	ศภ.8 กลอ. จังหวัดสุพรรณบุรี กาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร		20		10	990,000
2	ภาคเหนือ (ศภ.1, 2, 3 กลอ. ศว.กลอ.)		90		45	4,320,000
	ศภ.1 กลอ. จังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน เชียงราย น่าน พะเยา แพร่		50		15	1,560,000
	ศภ.2 กลอ. จังหวัดพิษณุโลก ตาก เพชรบูรณ์ สุโขทัย อุตรดิตถ์		20		10	970,000
	ศภ.3 กลอ. จังหวัดพิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง		20		10	970,000
	ศว.กลอ. จังหวัดลำปาง				10	820,000
3	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ศภ.4, 5, 6, 7 กลอ.)				45	3,600,000
	ศภ.4 กลอ. จังหวัดอุดรธานี บึงกาฬ เลย หนองคาย หนองบัวลำภู				15	1,200,000
	ศภ.5 กลอ. จังหวัดขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด นครพนม มุกดาหาร สกลนคร				10	700,000
	ศภ.6 กลอ. จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์				10	850,000
	ศภ.7 กลอ. จังหวัดอุบลราชธานี ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ				10	850,000
4	ภาคตะวันออก (ศภ.9 กลอ.)				15	1,050,000
	ศภ.9 กลอ. จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว				15	1,050,000

ที่	พื้นที่ดำเนินการ (ระบุจังหวัด)	เป้าหมายผลผลิต				งบประมาณ (บาท)
		กิจการ	คน	กลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	
5	ภาคใต้ (ศภ.10, 11 กสอ.)		20		20	2,140,000
	ศภ.10 กสอ. จังหวัดสุราษฎร์ธานี ชุมพร นครศรีธรรมราช กระบี่ พังงา ภูเก็ต ระนอง				15	1,200,000
	ศภ. 11 กสอ. จังหวัดสงขลา นราธิวาส ปัตตานี ยะลา สตูล ตรัง พัทลุง		20		10	940,000
	รวมทั้งสิ้น		300	30	180	24,800,000

10. งบประมาณภาพรวมโครงการ 24,800,000 บาท (ยี่สิบสี่ล้านแปดแสนบาทถ้วน)

11. รายละเอียดภาพรวมแผนการดำเนินงานกิจกรรม

ที่	กิจกรรม	เป้าหมาย/ งบประมาณ	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1 (ต.ค. - ธ.ค.) (ร้อยละ 35)	ไตรมาสที่ 2 (ม.ค. - มี.ค.) (ร้อยละ 55)	ไตรมาสที่ 3 (เม.ย. - มิ.ย.) (ร้อยละ 82)	ไตรมาสที่ 4 (ก.ค. - ก.ย.) (ร้อยละ 100)	รวม
1. กิจกรรมหลัก (งบประมาณไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของภาพรวมโครงการ)								
1.1	พัฒนาทักษะการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน (พื้นที่สูง)	เป้าหมาย งบประมาณ	คน บาท	100 600,000				100 600,000
1.2	พัฒนาศักยภาพนักธุรกิจชุมชนรุ่นใหม่ (Next Generations)	เป้าหมาย งบประมาณ	คน บาท		100 390,000			100 1,230,000
1.3	ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยมาตรฐานการผลิต/ ผลิตภัณฑ์	เป้าหมาย งบประมาณ	กลุ่ม บาท			10		10 800,000
1.4	ยกระดับการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเทคโนโลยี ที่เหมาะสมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เป้าหมาย งบประมาณ	กลุ่ม บาท			20		20 1,600,000
1.5	พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วย Data Analytic & Plug-in Media	เป้าหมาย งบประมาณ	ผลิตภัณฑ์ บาท		1,600,000	130	50	180 14,020,000
1.6	การผลักดันสินค้าและบริการชุมชนสู่ช่องทาง ตลาดใหม่	เป้าหมาย งบประมาณ	คน บาท	50 300,000	50 300,000			100 600,000
รวมกิจกรรมหลัก								
		เป้าหมาย งบประมาณ	คน บาท	150 9,760,000	150 4,890,000	30 700,000	50 3,500,000	300 18,850,000

หน้า 8 จาก 17

ที่	กิจกรรม	เป้าหมาย/ งบประมาณ	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1 (ต.ค. - ธ.ค.) (ร้อยละ 35)	ไตรมาสที่ 2 (ม.ค. - มี.ค.) (ร้อยละ 55)	ไตรมาสที่ 3 (เม.ย. - มิ.ย.) (ร้อยละ 82)	ไตรมาสที่ 4 (ก.ค. - ก.ย.) ร้อยละ 100	รวม
2. กิจกรรมรอง (ถ้ามี) งบประมาณไม่มากกว่าร้อยละ 20 ของภาพรวมโครงการ								
2.1	เสริมสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ ตามรอยพระราชดำริ	เป้าหมาย งบประมาณ	งาน บาท	1 120,000		1 120,000		2 240,000
2.2	สร้างโอกาสในการเชื่อมโยงการตลาดผ่านเครือข่ายเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม	เป้าหมาย งบประมาณ	งาน บาท				1 550,000	1 1,100,000
2.3	การแสดงศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์	เป้าหมาย งบประมาณ	งาน บาท	1 700,000				1 700,000
2.4	กิจกรรมเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากรเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้ดีขึ้น	เป้าหมาย งบประมาณ	ครั้ง บาท			2 900,000		2 900,000
2.5	เชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้ดีขึ้น	เป้าหมาย งบประมาณ	ชุมชน บาท		6 900,000	3 450,000		9 1,350,000
รวมกิจกรรมรอง								
		เป้าหมาย งบประมาณ	งาน ครั้ง ชุมชน บาท	2 820,000		1 2,020,000	1 550,000	4 4,290,000
3. กิจกรรมสนับสนุน (งบประมาณไม่มากกว่าร้อยละ 10 ของภาพรวมโครงการ)								
3.1	บริหารโครงการ	งบประมาณ	บาท	400,000	400,000	460,000	400,000	1,660,000
	รวมกิจกรรมสนับสนุน	งบประมาณ	บาท	400,000	400,000	460,000	400,000	1,660,000

ที่	กิจกรรม	เป้าหมาย/ งบประมาณ	หน่วยนับ	ไตรมาสที่ 1 (ต.ค. - ธ.ค.) (ร้อยละ 35)	ไตรมาสที่ 2 (ม.ค. - มิ.ค.) (ร้อยละ 55)	ไตรมาสที่ 3 (เม.ย. - มิ.ย.) (ร้อยละ 82)	ไตรมาสที่ 4 (ก.ค. - ก.ย.) (ร้อยละ 100)	รวม
รวมทั้งสิ้น	เป้าหมาย		คน	150	150			300
			กลุ่ม					
			ผลิตภัณฑ์					
	เป้าหมาย กิจกรรมรอง		งาน	2		1	1	4
			ครึ่ง			2		2
			ชุมชน		6	3		9
	งบประมาณ		บาท	10,980,000	6,190,000	3,180,000	4,450,000	24,800,000
			ร้อยละ สะสม	44.27	69.23	82.06	100	

12. รูปแบบ/วิธีการดำเนินงาน

กิจกรรม	งบประมาณรวม (บาท)	งบประมาณ (บาท)				ต่างประเทศ
		ดำเนินการเอง		จ้างที่ปรึกษา	จ้างทั่วไป	
		ฝึกอบรม/สัมมนา	*ค่าใช้จ่ายอื่นๆ			
1. กิจกรรมหลัก						
พัฒนาทักษะการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน (พื้นที่สูง)	600,000	550,000	50,000			
พัฒนาศักยภาพนักธุรกิจชุมชนคนรุ่นใหม่ (Next Generations)	1,230,000		30,000		1,200,000	
ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยมาตรฐาน การผลิต/ผลิตภัณฑ์	800,000				800,000	
ยกระดับการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วย เทคโนโลยีที่เหมาะสมและเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม	1,600,000				1,600,000	
พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วย Data Analytic & Plug-in Media	14,020,000		720,000		13,300,000	
การผลักดันสินค้าและบริการชุมชนสู่ ช่องทางตลาดใหม่	600,000	600,000				
2. กิจกรรมรอง						
เสริมสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ ตามรอย พระราชดำริ	240,000	220,000	20,000			
สร้างโอกาสในการเชื่อมโยงการตลาด ผ่านเครือข่ายเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม	1,100,000				1,100,000	
การแสดงศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์	700,000				700,000	

กิจกรรม	งบประมาณรวม (บาท)	งบประมาณ (บาท)				ต่างประเทศ
		ดำเนินการเอง		จ้างที่ปรึกษา	จ้างทั่วไป	
		ฝึกอบรม/สัมมนา	*ค่าใช้จ่ายอื่นๆ			
กิจกรรมเพิ่มประสิทธิภาพบุคลากรเพื่อ ขับเคลื่อนการดำเนินงานให้ดีขึ้น	900,000		900,000			
เชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้ดีขึ้น	1,350,000		300,000		1,050,000	
3. กิจกรรมสนับสนุน						
บริหารโครงการ	1,660,000		1,660,000			
รวมทั้งสิ้น	24,800,000	1,370,000	3,680,000		19,750,000	

13. ลักษณะการดำเนินงาน (ชี้แจงรายละเอียดทุกกิจกรรม ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมรอง)

13.1 กิจกรรม พัฒนาทักษะการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน (พื้นที่สูง)

☒ กิจกรรมหลัก ☐ กิจกรรมรอง)

☒ หลักสูตรฝึกอบรม

ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของทรัพยากรในพื้นที่ และความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 1 ครั้ง จัดทำหลักสูตรประกอบการฝึกอบรม และจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาทักษะการผลิต เพื่อปรับปรุงรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจ ให้มีคุณภาพสูงขึ้นตามมาตรฐาน มผช./มาตรฐานสุขอนามัย/อื่นๆ จำนวน 3-5 วัน

☒ สนับสนุนปัจจัยเอื้อในการประกอบธุรกิจ

จัดทำฐานข้อมูล ผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน วัตถุประสงค์ การรับช่วงการผลิต/การแปรรูป พร้อมจัดทำรายชื่อผู้ประสานงาน ทั้งหน่วยปฏิบัติ และหน่วยร่วมดำเนินงานภายนอก เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการ เชื่อมโยง ต่อยอดการดำเนินงาน

หมายเหตุ หน่วยร่วมดำเนินงานต้องจัดทำสรุปรายงานผล นำส่งหน่วยบริหารกิจกรรม/โครงการ

13.2 กิจกรรม พัฒนาศักยภาพนักธุรกิจชุมชนคนรุ่นใหม่ (Next Generation)

(☒ กิจกรรมหลัก ☐ กิจกรรมรอง)

☒ หลักสูตรฝึกอบรม การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Training) จำนวน 18 ชั่วโมง

การยกระดับผู้ประกอบการด้วยทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Creative Business Camp) เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจสมัยใหม่ การประยุกต์ต่อยอดการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพในทุกมิติ สำหรับผู้ประกอบการคนรุ่นใหม่ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 วัน

☒ อื่นๆ ให้คำแนะนำทางธุรกิจ (Mentoring)

- คัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ จำนวนไม่น้อยกว่า 16 คน เพื่อเข้ารับการให้คำแนะนำทางธุรกิจ (Mentoring)

- การให้คำแนะนำทางธุรกิจ (Mentoring) จำนวนไม่น้อยกว่า 18 ชั่วโมง/คน ด้านการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เทคนิคการบริหารธุรกิจ รวมทั้งการประยุกต์ต่อยอดกลยุทธ์ทางธุรกิจ สู่แนวทางการปฏิบัติงาน พร้อมยกระดับขีดความสามารถนักธุรกิจชุมชนคนรุ่นใหม่ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินธุรกิจ ให้มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

13.3 กิจกรรม ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยมาตรฐานการผลิต/ผลิตภัณฑ์

(☒ กิจกรรมหลัก ☐ กิจกรรมรอง)

☒ ปรีกษาแนะนำเชิงลึก ระบุด้าน พร้อมจำนวน M/D

ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก ไม่น้อยกว่า 30 Man-hours/กลุ่ม เพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการผลิต/ผลิตภัณฑ์ เกิดการปรับปรุงกระบวนการผลิต ให้เป็นไปตามมาตรฐานพื้นฐานอาหารและที่เกี่ยวข้อง อาทิ FDA, GHP, HACCP เป็นต้น ให้มีความพร้อมในการยื่นรับรองมาตรฐาน เพื่อให้การผลิตมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ สามารถสร้างโอกาสเชื่อมโยงตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

13.4 กิจกรรม ยกระดับการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(☒ กิจกรรมหลัก ☐ กิจกรรมรอง)

☒ ปรึกษาแนะนำเชิงลึก ระบุด้าน พร้อมจำนวน M/D

ให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก ไม่น้อยกว่า 36 Man-hours/กลุ่ม เพื่อนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้าไปปรับใช้กับกระบวนการผลิต อาทิ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานในสถานประกอบการ / การจัดการน้ำเสียอุตสาหกรรมชุมชน เพื่อให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพ มีผลผลิตเพิ่มขึ้น และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สร้างโอกาสทางธุรกิจและความสามารถในการแข่งขันในโลกธุรกิจปัจจุบันได้

13.5 กิจกรรม พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วย Data Analytic & Plug-in Media

(☒ กิจกรรมหลัก ☐ กิจกรรมรอง)

☒ ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 2 ครั้งๆละไม่น้อยกว่า 2 วัน ประกอบด้วย

ครั้งที่ 1 ชี้แจงการดำเนินงาน และถ่ายทอดความรู้พื้นฐานกระบวนการ Data Analytics ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูล ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสังเกตการณ์ การวิจัยเชิงทดลอง มีการเก็บรวบรวมข้อมูลภายใน เช่น ข้อมูลการขาย ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลสินค้าคงคลัง ข้อมูลการผลิต และเก็บรวบรวมข้อมูลภายนอก เช่น ข้อมูลตลาด ข้อมูลคู่แข่ง ข้อมูลสภาพเศรษฐกิจ ข้อมูลทางสถิติจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ ฐานข้อมูลขององค์กร Google Analytics หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

ครั้งที่ 2 เสนอผลการวิเคราะห์ ผสมกับการศึกษาดูงาน กำหนดแนวคิดและออกแบบเบื้องต้น โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาสร้างไอเดียและแนวคิดสำหรับผลิตภัณฑ์/บริการ เช่น การระดมความคิด (Brainstorming) สร้างแนวคิดต้นแบบประเมินความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ พร้อมออกแบบ (Sketch Design) รับฟังการวิพากษ์จากผู้เกี่ยวข้อง (Feedback) เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์

☒ ปรึกษาแนะนำเชิงลึกจำนวน 3 M/D ให้คำปรึกษาแนะนำกรอบการทำงานสร้างต้นแบบ (Prototype) การทดสอบต้นแบบกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้งานจริง เพื่อปรับปรุงและแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

การทดสอบผลิตภัณฑ์ On-line และ/หรือ On-site (เฉพาะหน่วยร่วมดำเนินงาน)

การสื่อสารและสร้างประสบการณ์ให้เข้าถึงผู้บริโภค (Plug-in Media) (เฉพาะหน่วยบริหารกิจกรรม/โครงการ) เพื่อเชื่อมต่อช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม พร้อมวัดผลความสำเร็จ วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และ/หรือแคมเปญการตลาด เพื่อเป็นข้อมูลประยุกต์ใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

13.6 กิจกรรม การผลักดันสินค้าและบริการชุมชนสู่ช่องทางตลาดใหม่

(☒ กิจกรรมหลัก ☐ กิจกรรมรอง)

☒ หลักสูตรฝึกอบรม ระบุด้าน จำนวนวันที่อบรม

จัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ "'Pitchfluencer Academy: สร้างแบรนด์ด้วยพลังการนำเสนอ"

ให้แก่ วิชาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการชุมชนในระดับเริ่มต้นเข้าสู่การทำตลาด ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 3 วัน/ครั้ง โดยกำหนดจัด 2 ครั้ง

13.7 กิจกรรม เสริมสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ ตามรอยพระราชดำริ

(☐ กิจกรรมหลัก ☒ กิจกรรมรอง)

☒ หลักสูตรฝึกอบรม

ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของทรัพยากรในพื้นที่ และจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาทักษะการผลิตเพื่อปรับปรุง เสริมสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ตามรอยพระราชดำริให้มีความน่าสนใจ และตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวน 3-5 วัน

13.8 กิจกรรม สร้างโอกาสในการเชื่อมโยงการตลาดผ่านเครือข่ายเพื่อสร้างรายได้เพิ่ม

(☐ กิจกรรมหลัก ☒ กิจกรรมรอง)

☒ เชื่อมโยงธุรกิจเพื่อส่งเสริมการตลาด อย่างไร

ดำเนินกิจกรรมสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงตลาดผ่านเครือข่ายเพื่อสร้างรายได้เพิ่มโดยเริ่มจากการประเมินความพร้อมของวิสาหกิจชุมชนและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นำมาวิพากษ์ผลิตภัณฑ์และถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ ร่วมกับหน่วยงานเครือข่าย เพื่อยกระดับสินค้าชุมชน พร้อมทั้งให้ปรึกษาแนะนำด้านการบริหารจัดการ การตลาด และการส่งเสริมการตลาด เพื่อขยายโอกาสทางการค้าในตลาดสากล

13.9 กิจกรรม การแสดงศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์

(☐ กิจกรรมหลัก ☒ กิจกรรมรอง)

☒ เชื่อมโยงธุรกิจเพื่อส่งเสริมการตลาด อย่างไร

ดำเนินกิจกรรมการแสดงศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการนำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนา แสดงนิทรรศการและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งกิจกรรมส่งเสริมตลาดภายในงาน OTOP City และ OTOP Midyear 2025 ร่วมกับกรมการพัฒนาชุมชน

13.10 กิจกรรม เพิ่มประสิทธิภาพบุคลากรเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานให้ดีขึ้น

(☐ กิจกรรมหลัก ☒ กิจกรรมรอง)

☒ หลักสูตรฝึกอบรม ระบุด้าน จำนวนวันที่อบรม

จัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 2 ครั้ง ๆ ละ 3 วัน เพื่อพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานส่งเสริมศักยภาพชุมชน รวมถึงพัฒนาแนวทางการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการของผู้ประกอบการชุมชน

13.11 กิจกรรม เชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้ดีขึ้น

(☐ กิจกรรมหลัก ☒ กิจกรรมรอง)

☒ หลักสูตรฝึกอบรม ระบุด้าน จำนวนวันที่อบรม

ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Group Training) เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชน รวมถึงเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายชุมชนให้ดีขึ้น จำนวน 1 วัน

☒ ปรึกษาแนะนำเชิงลึก ระบุด้าน พร้อมจำนวน M/D

ให้คำปรึกษาแนะนำชุมชนให้ดีขึ้นที่เหมาะสมกับศักยภาพของแต่ละวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 Man-Day เช่น ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การผลิต การตลาด เป็นต้น

14. หน่วยงานร่วมดำเนินการ :

- หน่วยงานภายใต้ กสอ.

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ศูนย์วิจัยและพัฒนาวัสดุอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

- หน่วยงานภายนอก

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ในพื้นที่ทั่วประเทศ
โครงการอันเนื่องมาพระราชดำริ ในพื้นที่ทั่วประเทศ
มูลนิธิช่างหัตถศิลป์ไทย
เครือข่าย SME
กรมการพัฒนาชุมชน

15. ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาในเชิงผลลัพธ์/ความคุ้มค่า (เฉพาะโครงการต่อเนื่อง) จำเป็นต้องกรอก **

จากการดำเนินงานโครงการยกระดับธุรกิจอุตสาหกรรมและวิสาหกิจชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการพัฒนา มีรายละเอียด ดังนี้

- ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมาย มีรายได้เพิ่มขึ้น = $535 \text{ คน} \times 80\% = 428 \text{ คน}$

$(428 \text{ คน} \times 12,000 \text{ บาท} \times 12 \text{ เดือน}) = 61,632,000 \text{ บาท}$

รวมมูลค่า 61,632,000 บาท

- กลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเฉลี่ยทุกด้าน

(ผลผลิตด้าน ของเสียลดลง ต้นทุนลดลง มูลค่า ยอดขายเพิ่มขึ้น หรือรายได้เพิ่มขึ้น)

$(30 \text{ กลุ่ม} \times 250,000 \text{ บาท/กลุ่ม/ปี}) = 7,500,000 \text{ บาท}$

รวมมูลค่า 7,500,000 บาท

- ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายสามารถทำให้มูลค่าผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น = $200 \text{ ผลิตภัณฑ์} \times 80\%$
= 160 ผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามีมูลค่าเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ย 500 บาทต่อชิ้น

$(500 \text{ บาท/ชิ้น} \times 100 \text{ ชิ้นต่อเดือน} \times 12 \text{ เดือน}) = 600,000 \text{ บาท/ผลิตภัณฑ์/ปี}$

$(160 \text{ ผลิตภัณฑ์} \times 600,000 \text{ บาท/ผลิตภัณฑ์/ปี}) = 96,000,000 \text{ บาท}$

รวมมูลค่า 96,000,000 บาท

- เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น 76 คน ค่าจ้างเฉลี่ยต่อวัน 450 บาท มีมูลค่าต่อปี 12,312,000 บาท

ดังนั้น ความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจ รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 177,444,000 บาท คิดเป็น 7.25 เท่า ของงบประมาณที่ได้รับ

16. หน่วยงานรับผิดชอบ

16.1 ชื่อหน่วยงานรับผิดชอบ (กอง/ศก.) : กองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

16.2 ชื่อผู้รับผิดชอบโครงการ :

1) นางสาวอริยาพร อำนวยสรเดช

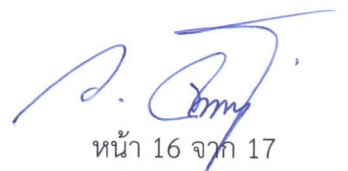
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน

โทรศัพท์ 0 2430 6882

โทรสาร 02 382 2169

โทรศัพท์เคลื่อนที่ 090 198 5980

E-mail : ariyaporn@diprom.go.th



2) นางสาวจินดา ธนดำรงค์

ตำแหน่ง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนเชี่ยวชาญชุมชน
(ผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาอุตสาหกรรม)

โทรศัพท์ 0 2430 6882 โทรสาร 02 382 2170
โทรศัพท์เคลื่อนที่ 08 1987 5816 E-mail : jinda.t@gmail.com

3) นางรัตนภรณ์ พึ่งบุญไพศาล

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

โทรศัพท์ 0 2430 6882 โทรสาร 02 382 2169
โทรศัพท์เคลื่อนที่ 06 5731 7702 E-mail : rattanaporn@diprom.go.th

4) นายชินชัย จงสุขไกล

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาการผลิตอุตสาหกรรมชุมชน

โทรศัพท์ 0 2430 6882 โทรสาร 02 382 2162
โทรศัพท์เคลื่อนที่ 08 3807 8496 E-mail : chinchai@diprom.go.th

5) นางอมลวรรณ บุญแย้ม

ตำแหน่ง นักวิชาการอุตสาหกรรมชำนาญการพิเศษ

โทรศัพท์ 0 2430 6882 โทรสาร 02 382 2169
โทรศัพท์เคลื่อนที่ 08 4640 7096 E-mail : amonwan@diprom.go.th

6) นางกิตติธรา ปี่แก้ว

ตำแหน่ง นักวิชาการอุตสาหกรรมชำนาญการพิเศษ

โทรศัพท์ 0 2430 6882 โทรสาร 02 382 2169
โทรศัพท์เคลื่อนที่ 09 6194 9364 E-mail : kittithara0660@gmail.com

16.3 ชื่อผู้ประสานงาน

1) น.ส.สุพรรณิ ชุ่มเพ็งพันธ์

ตำแหน่ง นักวิชาการอุตสาหกรรมชำนาญการ

โทรศัพท์ 0 2430 6882 E-mail : suphannee@diprom.go.th

2) นายสรณคมน์ ยอดศิลป์

ตำแหน่ง นักวิชาการอุตสาหกรรม

โทรศัพท์ 0 2430 6882 E-mail : saranakom@diprom.go.th