รายงาน

สรุปผลการดำเนินงาน

โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (SWU-U2T for BCG)

ตำบลบ้านเบิก อำเภอท่าวุ้ง จังหวัดลพบุรี

คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คำนำ

รายงานผลการดำเนินการโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ เล่มนี้ จัดทำขึ้นเพื่อรายงานผลการดำเนินงานในโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T FOR BCG) เฟส2 เป็นระยะเวลา 3 เดือน เริ่มตั้งแต่กรกฎาคม-สิงหาคม พ.ศ. 2565 ที่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้รับจัดสรรงบประมาณปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ในแผนงานแก้ไขปัญหาการว่างงานฐานรากหลังวิกฤตโควิด-19 โดยรายละเอียดในรายงานประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ปฏิทินการดำเนินงาน ผลการดำเนินโครงการ ผู้รับจ้างงานได้รับการพัฒนาหลักสูตร/ทักษะ รายงาน C01-C06 จากระบบ PBM การทำงาน ECT-WEEK ปัญหาและอุปสรรค และภาพกิจกรรมประกอบของแต่ละกิจกรรมในโครงการ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาโครงการต่อไปในอนาคต

บทสรุปผู้บริหาร

คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG Economy ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ของตำบลบ้านเบิก อำเภอท่าวุ้ง จังหวัดลพบุรี เริ่มตั้งแต่ 1 กรกฎาคม – 30 กันยายน 2565 รวมระยะเวลาการดำเนินงาน 3 เดือน มีการจ้างงานภาคบัณฑิตจำนวน 5 คน และภาคประชาชนจำนวน 3 คน ได้ดำเนินกิจกรรมพัฒนาในพื้นที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ BCG ในพื้นที่ด้วยองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยประกอบด้วย กิจกรรมลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ BCG 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข้าวสัมฤทธิ์ผล และ Phatcha กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG กิจกรรมส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์หรือ Brand สินค้าและบริการของตำบลการพัฒนาออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ ด้วยยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ BCG กิจกรรมพัฒนาแผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์ส่งเสริมด้านการตลาด และหาช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ BCG ของตำบล ผลลัพธ์จากการพัฒนา ส่งเสริม และผลักดันผลิตภัณฑ์และบริการ BCG ของชุมชน เกิดผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าหรือประโยชน์ให้กับชุมชน และสร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่าน Facebook ผลจากการดำเนินงานทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น จากเดิมเฉลี่ย 30,000 เป็นเฉลี่ย 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละที่เพิ่มขึ้น 33.33

นอกจากนี้ทีมงานในตำบลได้ร่วมกันบันทึกข้อมูลขนาดใหญ่ของชุมชนในพื้นที่ เพื่อพัฒนาฐานข้อมูล Thailand Community Data (TCD) โดยมีจำนวนรายการที่กรอกข้อมูล ณ สิ้นเดือนกันยายน รวมทั้งสิ้นจำนวน 526 ข้อมูล โดยแบ่งหมวดหมู่ต่างๆ ได้แก่ เกษตรกรในท้องถิ่น 29 ข้อมูล แหล่งน้ำในท้องถิ่น 10 ข้อมูล ผู้ที่ย้ายกลับบ้านเนื่องจากสถานการณ์โควิด–19 จำนวน 0 ข้อมูล ภูมิปัญญาท้องถิ่น 9 ข้อมูล สัตว์ในท้องถิ่น 31 ข้อมูล พืชในท้องถิ่น 342 ข้อมูล แหล่งท่องเที่ยว 12 ข้อมูล ร้านอาหารในท้องถิ่น 38 ข้อมูล อาหารที่น่าสนใจในท้องถิ่น 54 ข้อมูล ที่พัก/โรงแรม 1 ข้อมูล

ผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ : ข้าวสัมฤทธิ์ผล

รายได้รวมก่อนดำเนินการ 30,000 บาท

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
1. ข้อมูลทั่วไป 1.1 หลักการและเหตุผล/วัตถุประสงค์/ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 1.2 พื้นที่ดำเนินโครงการ 1.3 ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมในการดำเนินการ 1.4 ระยะเวลาดำเนินการ	1
2. ปฏิทินการดำเนินงาน	3
3. ผลการดำเนินโครงการ 3.1 กิจกรรมในการพัฒนา ส่งเสริม และผลักดันผลิตภัณฑ์และบริการ BCG ของชุมชน 3.2 สรุปรายการการบันทึกข้อมูล CBD จำนวน 10 หัวข้อ ในพื้นที่	3
4. ผู้รับจ้างงานได้รับการพัฒนาหลักสูตร/ทักษะ	15
5. รายงาน C01-C06 จากระบบ PBM	16
6. การทำงาน ECT-WEEK	16
7. ปัญหาและอุปสรรค	18
ภาคผนวก ภาคผนวก ก ภาพกิจกรรมลงพื้นที่ชุมชน ภาคผนวก ข ช่องทางการติดต่อสื่อสารของตำบลเช่น Facebook , YouTube ภาคผนวก ค รายชื่อสมาชิกในทีมตำบลบัณฑิตจบใหม่/ประชาชน ภาคผนวก ง แบบฟอร์ม C01 - C06 จากระบบ PBM	19

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 หลักการและเหตุผล/วัตถุประสงค์/ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หลักการและเหตุผล

รัฐบาลมีแผนงานในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 ที่มุ่งเน้นการรักษาระดับการจ้างงานของผู้ประกอบการและการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบกับได้กำหนดให้เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy : BCG Economy) เป็นยุทธศาสตร์ชาติในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ BCG Economy เนื่องจากมีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ มีองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยในปี พ.ศ 2564 กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้ดำเนินโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย) โดยได้ดำเนินงานในพื้นที่กว่า 3,000 ตำบล ซึ่งผลการดำเนินการประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์เป็นอย่างดี

ในปี พ.ศ. 2565 กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ได้จัดทำข้อเสนอ “โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG Economy” ซึ่งเป็นการต่อยอดจากโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ โดยมีเป้าหมาย เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการด้าน BCG ในพื้นที่ด้วยองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพิ่มการจ้างงานบัณฑิตที่เพิ่งจบการศึกษาและประชาชนในพื้นที่ พัฒนากำลังคนให้มีทักษะต่อการทำงานในปัจจุบันและทักษะที่เกี่ยวข้องกับ BCG และพัฒนาฐานข้อมูล Thailand Community Big Data (TCD) ให้มีความครอบคลุมและสมบูรณ์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับการจัดสรรพื้นที่ได้เข้าไปขับเคลื่อนดำเนินโครงการตามแนวทางนโยบายของรัฐบาลและกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จำนวน 107 ตำบล ครอบคลุม 30 อำเภอ 10 จังหวัด มีการจ้างงาน จำนวน 994 อัตรา แบ่งเป็น บัณฑิต 497 อัตราและประชาชน 497 อัตรา โดยนโยบายที่ได้รับมอบหมายได้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของมหาวิทยาลัยที่ประกาศ เป็น “มหาวิทยาลัยเพื่อสังคม” และมีแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี (2565-2580) เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการบริการวิชาการเพื่อสังคมและตอบโจทย์ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ซึ่งมหาวิทยาลัยได้ประกาศจุดยืนในวันที่ 17 มิถุนายน 2565 ให้ประชาคม มศว ทราบว่า มหาวิทยาลัยได้กำหนดเป้าหมายการบริการวิชาการเพื่อสังคม โดยเน้นเป้าหมายการพัฒนาที่ยังยืนเป็นแนวทางให้หน่วยงานต่าง ๆ ดำเนินกิจกรรม ดังนั้น “โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG Economy” มหาวิทยาลัยได้บูรณาการกับหน่วยงานภายใน เพื่อดำเนินกิจกรรมพัฒนาในพื้นที่ที่ได้รับมอบหมาย และพัฒนาแนวทางในการดำเนินงานโครงการให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการฯ นโยบายรัฐบาล และนโยบายของมหาวิทยาลัย ต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการ/กิจกรรมในการดำเนินการ

1) เพื่อให้เกิดการจ้างงานประชาชนทั่วไป และบัณฑิตจบใหม่ ให้มีงานทำและฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชน

2) เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ BCG ในพื้นที่ด้วยองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

3) พัฒนากำลังคนให้มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต่อการทำงานในปัจจุบันและทักษะที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ BCG

4) เพื่อพัฒนาฐานข้อมูล Thailand Community Data (TCD) ให้มีความสมบูรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการของชุมชนที่ได้มาตรฐาน และได้ออกสู่ตลาด มียอดขายเพิ่มขึ้น หรือการบริโภคเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10%

2. เกิดแนวคิดหรือผลิตภัณฑ์หรือบริการของชุมชนไม่น้อยกว่า 2 รายการ

3. ข้อมูลชุมชนขนาดใหญ่ Thailand Community Data (TCD)

1.2 พื้นที่ดำเนินโครงการ

ตำบลบ้านเบิก อำเภอท่าวุ้ง จังหวัดลพบุรี

1.3 ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ/กิจกรรมในการดำเนินการ

1) เชิงปริมาณ

1. ผลิตภัณฑ์ BCG 2 ผลิตภัณฑ์ หรือ บริการด้าน BCG 2 เรื่อง

2) เชิงคุณภาพ

1. กลุ่มความร่วมมือในพื้นที่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ BCG

2. เครือข่ายผลิตภัณฑ์ BCG เพื่อเศรษฐกิจฐานราก

1.4 ระยะเวลาดำเนินการ 3 เดือน เดือน กรกฎาคม 2565 - กันยายน 2565

2. ปฏิทินการดำเนินงาน

เดือน	รายละเอียด/แผนการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
กรกฎาคม	1) กิจกรรมจ้างงานบัณฑิตและประชาชน	ส่วนกลางมศว
กรกฎาคม	2) กิจกรรมลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ BCG 2 ผลิตภัณฑ์	บัณฑิต/ประชาชน
กรกฎาคม - กันยายน	3) กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG	บัณฑิต/ประชาชน
กรกฎาคม - กันยายน	4) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์หรือ Brand สินค้าและบริการของตำบลการพัฒนาออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ ด้วยยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ BCG	บัณฑิต/ประชาชน
สิงหาคม - กันยายน	5) กิจกรรมพัฒนาแผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมด้านการตลาดและหาช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ BCG ของตำบล	บัณฑิต/ประชาชน
กันยายน	6) ติดตามประเมินผลพร้อมสรุปรายงานโครงการ ฯ	บัณฑิต/ประชาชน

3. ผลการดำเนินงาน

3.1 กิจกรรมในการพัฒนา ส่งเสริม และผลักดันผลิตภัณฑ์และบริการ BCG ของชุมชน

ผลิตภัณฑ์ : ข้าวสัมฤทธิ์

1) กิจกรรมลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ BCG

- ลงพื้นที่เพื่อสอบถามประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในชุมชน และคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาส่งเสริม

รูปภาพแสดงการลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ได้ทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าร่วมโครงการคือ ข้าวสัมฤทธิ์ผล มาส่งเสริมในเรื่องของการเพิ่มยอดขาย การตลาดออนไลน์ตามสื่อโซเชี่ยลต่างๆ

2) กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG

- ขับเคลื่อนเพจ Facebook ด้วยการจัดโปรโมชั่น คอนเทนท์ต่างๆ และเพิ่มยอดขาย

รูปภาพแสดงกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์

- จากการเข้ามาส่งเสริมในการขับเคลื่อนเพจ Facebook ทำให้มีการเข้าถึงและผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยอดขายและลูกค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์หรือ Brand สินค้าและบริการของตำบลการพัฒนาออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ ด้วยยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ BCG

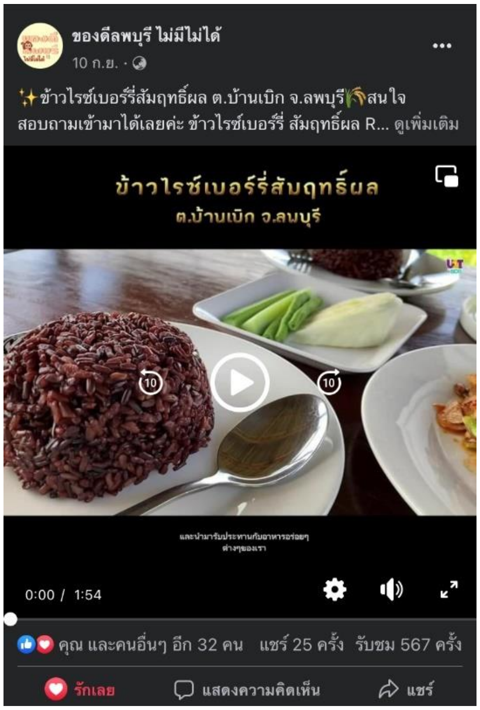
- ทีม U2T บ้านเบิก ได้มีการเข้าไปพัฒนา ปรับปรุงโลโก้ และฉลากสินค้า

รูปภาพแสดงโลโก้และฉลากผลิตภัณฑ์

- จากการเข้าไปพัฒนาทำให้แบรนด์เป็นที่น่าสนใจและเป็นที่จดจำ ดึงดูดมากยิ่งขึ้น

4) กิจกรรมพัฒนาแผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมด้านการตลาด และหาช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ BCG ของตำบล

- ได้จัดทำวิดีโอนำเสนอผลิตภัณฑ์ทั้ง Facebook และ Tiktok และยังทำคอนเทนท์อย่างต่อเนื่อง



รูปภาพแสดงช่องทางจัดจำหน่ายและคลิปนำเสนอผลิตภัณฑ์

คลิปนำเสนอผลิตภัณฑ์ข้าวสัมฤทธิ์ผล

https://drive.google.com/drive/folders/1-hCM57Dbr8nDjdVKacijuWWRWFsBNTpK

- จากการจัดทำวิดีโอนำเสนอผลิตภัณฑ์ทำให้เพิ่มโอกาสในการสร้างยอดขายและฐานลูกค้าใหม่อีกทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

5) ติดตามประเมินผลพร้อมสรุปรายงานโครงการ ฯ

- ในการดำเนินงานด้าน Online marketing เช่น Content ให้ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับข้าว, Review from customer ,Promotion ต่างๆ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานเป็นไปตามที่เป้าหมาย

รูปภาพแสดงข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึง Facebook เพจข้าวสัมฤทธิ์ผล

- ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงาน การเข้าถึง Facebook เพิ่มมากขึ้น เป็นที่รู้จักมากขึ้น อีกทั้งยอดขายยังเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

6) ตัวชี้วัดโครงการ

6.1 ยอดขายต่อเดือน (บาท)	40,000 บาท
6.2 ต้นทุนการผลิตสินค้า/บริการ (บาท)	28,000 บาท
6.3 กำไรสุทธิ (บาท)	12,000 บาท
6.4 ROI (%)	$ROI = \frac{\text{รายได้} - \text{ต้นทุน}}{\text{ต้นทุน}}(100)$ = 42.86%

7) ผลกระทบทางสังคม

7.1 จำนวนคนที่ถูกจ้างงานก่อนทำโครงการ (คน)	2 คน
7.2 จำนวนคนที่ถูกจ้างงานหลังทำโครงการ (คน)	4 คน
7.3 รายได้ต่อเดือนของทุกคนรวมกันก่อนทำโครงการ (บาท)	18,000 บาท
7.4 รายได้ต่อเดือนของทุกคนรวมกันหลังทำโครงการ (บาท)	54,000 บาท
7.5 ลดค่าใช้ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อเดือน (บาท)	0
7.6 SROI (%)	1.36%

ผลิตภัณฑ์ : Phatcha Brand

1) กิจกรรมลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ BCG

- ลงพื้นที่เพื่อสอบถามประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในชุมชน และคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาส่งเสริม

(รูปภาพแสดงการลงพื้นที่เพื่อสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชน)

- ได้ทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าร่วมโครงการคือ Phatcha มาส่งเสริมในเรื่องของการเพิ่มยอดขาย การตลาดออนไลน์ตามสื่อโซเชียลต่างๆ

2) กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG

- ได้ทำการสร้างเพจ Facebook ให้ Phatcha Brand และสร้างคอนเทนท์ต่างๆ

รูปภาพแสดงกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์

3) กิจกรรมส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์หรือ Brand สินค้าและบริการของตำบลการพัฒนาออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ ด้วยยุทธศาสตร์เศรษฐกิจ BCG

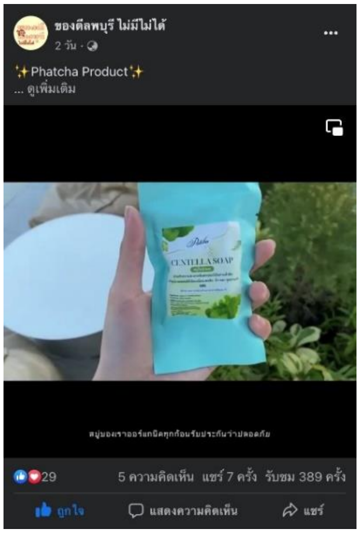
- ทีม U2T บ้านเบิก ได้มีการเข้าไปออกแบบโลโก้และถ่ายภาพโปรโมทผลิตภัณฑ์ให้ Phatcha

รูปภาพแสดงโลโก้และผลิตภัณฑ์ Phatcha

- จากการเข้าไปช่วยออกแบบโลโก้และถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ ทำให้ภาพลักษณ์แบรนด์เป็นที่จดจำ
-

4) กิจกรรมพัฒนาแผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมด้านการตลาด และหาช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ BCG ของตำบล

- ได้จัดทำวิดีโอนำเสนอผลิตภัณฑ์ทั้ง Facebook และ Tiktok และยังทำคอนเทนท์อย่างต่อเนื่อง



รูปภาพแสดงช่องทางจัดจำหน่ายและคลิปนำเสนอผลิตภัณฑ์

คลิปนำเสนอผลิตภัณฑ์ Phatcha Brand

https://drive.google.com/drive/folders/1-PQT-aeeba8TC9X4Z5et5SQGlwgMHMeW

- จากการจัดทำวิดีโอนำเสนอผลิตภัณฑ์ทำให้เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้าและสร้างความน่าเชื่อถือมากขึ้นเพราะเป็นแบรนด์ใหม่

5) ติดตามประเมินผลพร้อมสรุปรายงานโครงการ ฯ
   - ในการดำเนินงานด้าน Online marketing เช่น Content ให้ความรู้ต่างๆเกี่ยวกับข้าว, Review from customer ,Promotion ต่างๆ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานเป็นไปตามที่เป้าหมาย

รูปภาพแสดงข้อมูลเชิงลึกการเข้าถึง Facebook เพจ Phatcha

- ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงาน การเข้าถึง Facebook เพิ่มมากขึ้น เป็นที่รู้จักมากขึ้น อีกทั้งยอดขายยังเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

6) ตัวชี้วัดโครงการ

6.1 ยอดขายต่อเดือน (บาท)	3,700 บาท
6.2 ต้นทุนการผลิตสินค้า/บริการ (บาท)	2,760บาท
6.3 กำไรสุทธิ (บาท)	940 บาท
6.4 ROI (%)	$ROI = \frac{\text{รายได้} - \text{ต้นทุน}}{\text{ต้นทุน}}(100)$ = 34.06%

7) ผลกระทบทางสังคม

7.1 จำนวนคนที่ถูกจ้างงานก่อนทำโครงการ (คน)	2 คน
7.2 จำนวนคนที่ถูกจ้างงานหลังทำโครงการ (คน)	3 คน
7.3 รายได้เดือนของทุกคนรวมกันก่อนทำโครงการ (บาท)	18,000 บาท
7.4 รายได้ต่อเดือนของทุกคนรวมกันหลังทำโครงการ (บาท)	45,000 บาท
7.5 ลดค่าใช้ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมต่อเดือน (บาท)	0
7.6 SROI (%)	1.13%

3.2 สรุปรายการการบันทึกข้อมูล CBD จำนวน 10 หัวข้อ ในพื้นที่

หัวข้อ	**จำนวนรายการที่กรอกข้อมูล**	**ตัวอย่างรูปภาพประกอบ**
1. ผู้ที่ย้ายกลับบ้านเนื่องจากสถานการณ์โควิด	0	
2. แหล่งท่องเที่ยว	12	
3. ที่พัก/โรงแรม	1	
4. ร้านอาหารในท้องถิ่น	38	

หัวข้อ	จำนวนรายการที่กรอกข้อมูล	ตัวอย่างรูปภาพประกอบ
5. อาหารที่น่าสนใจประจำถิ่น	54	
6. เกษตรกรในท้องถิ่น	29	
7. พืชในท้องถิ่น	342	

หัวข้อ	จำนวนรายการที่กรอกข้อมูล	ตัวอย่างรูปภาพประกอบ
8. สัตว์ในท้องถิ่น	31	
9. ภูมิปัญญาท้องถิ่น	9	
10. แหล่งน้ำในท้องถิ่น	10	

4. ผู้รับจ้างงานได้รับการพัฒนาหลักสูตร/ทักษะ (E-learning)

ลำดับ	รายชื่อหลักสูตร	จำนวนผู้เข้าร่วมอบรม (บัณฑิตจบใหม่)	จำนวนผู้เข้าร่วมอบรม (ประชาชน)	ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรม
1	M-01 แนวคิดและหลักเศรษฐกิจ	5	3	ได้รับความรู้เกี่ยวกับระบบพื้นฐาน BCG
2	M-02 คิดเชิงออกแบบ Design thinking	5	3	ได้เรียนรู้แนวทางการออกแบบกระบวนการเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาสินค้าให้แก่ลูกค้า
3	M-03 โมเดลธุรกิจ Business Model Canvas	5	2	ได้เห็นภาพรวมและรู้วิธีการวางแผนธุรกิจ
4	M-04 เร่งการเติบโต (Growth Hacking)	5	2	ได้รู้ว่าเราต้องมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาสินค้า
5	M-05 ออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์	5	2	ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการออกแบบโลโก้เพื่อดึงดูดลูกค้า ให้น่าสนใจ
6	M-06 วางแผนตลาดและการสร้างแบรนด์	5	2	ได้รับความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับ online marketing เพื่อนำไปต่อยอดพัฒนาสินค้าในชุมชน
7	M-07 ออกแบบเรื่องราวสินค้าให้น่าสนใจ	5	2	ได้รับความรู้เกี่ยวกับการสร้างสตอรี่ยังไงให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ รูปทรงแปลกใหม่ เตะตา
8	หลักสูตรพลเมืองคุณภาพ	5	3	ได้รับความรู้เกี่ยวกับการเป็นพลเมืองที่ดีและหลักประชาธิปไตย

5. รายงาน C01-C06 จากระบบ PBM

รายละเอียดในภาคผนวก ง แบบฟอร์ม C01 - C06 จากระบบ PBM

6. การทำงาน ECT-WEEK

ประเด็นที่ลงพื้นที่เก็บข้อมูล

6.1 บทบาทหน้าที่และการดำเนินงานของ ศส.ปชต. รวมถึงการขับเคลื่อนภารกิจและการสร้างเครือข่ายทำงานในพื้นที่ชุมชน

- รณรงค์ส่งเสริมการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น ไม่ซื้อสิทธิ์ขายเสียง

6.2 การดำเนินชีวิตประจำวันของชาวบ้านมีความสอดคล้องกับวิถีประชาธิปไตยหรือไม่ อย่างไร ระบุตัวอย่างจากการพูดคุย

- ประชาชนดำเนินชีวิตตามวิถีประชาธิปไตย เช่น การเลือกตั้ง อบต. และการร่วมประชาคมหมู่บ้าน

6.3 การเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งทุกระดับ และลักษณะของผู้แทนทางการเมืองที่ประชาชนต้องการควรมีลักษณะอย่างไร ระบุตัวอย่างจากการพูดคุย

- ประชาชนต้องการผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ดี มีความสนใจความเป็นอยู่ของชาวบ้าน และสามารถสร้างนโยบายที่แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของชาวบ้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ประชาชนยังพิจารณาเลือกผู้นำที่ตัวบุคคล เช่น ความเข้าถึงง่าย ความเป็นกันเอง และมีความสามารถน่าเชื่อถือ เป็นต้น

6.4 การดำเนินชีวิตประจำวันของชาวบ้านมีความสอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงหรือไม่ อย่างไร ระบุตัวอย่างจากการพูดคุย

- ประชาชนส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เช่น การปลูกพืชผักสวนครัวไว้รับประทานในครัวเรือน โดยส่วนมากเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้านอยู่แล้ว

6.5 ปัญหาอุปสรรคในการลงพื้นที่

- เนื่องจากเป็นการเข้าไปสอบถาม โดยไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าให้ชาวบ้านทราบ ทำให้ชาวบ้านบางท่านไม่ให้ความร่วมมือ อีกทั้งชาวบ้านส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของ ศส.ปชต.

6.6 ข้อเสนอแนะ

- ควรมีการจัดกิจกรรมรณรงค์เกี่ยวกับประชาธิปไตย อีกทั้งประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนทราบ เกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของ ศส.ปชต. ให้มากขึ้น และในการสำรวจเก็บข้อมูลค่อนข้างน้อย ทำให้การสำรวจทำได้ไม่ทั่วถึงและได้เนื้อหาไม่ครบถ้วนตามจริง

7. ปัญหาและอุปสรรค

เดือน กรกฎาคม

- จากการสำรวจตำบลบ้านเบิก ไม่มีการรวมกลุ่มถาวร ไม่มีวิสาหกิจชุมชน มีแต่ผู้ประกอบการรายเดียว ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพส่วนตัว จึงทำให้ยากในการหาผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าไปพัฒนาและส่งเสริม

เดือน สิงหาคม

- ขาดความชำนาญและอุปกรณ์ในการสร้างสรรค์ผลงานในการทำสื่อโซเชี่ยล การตลาดออนไลน์ เช่น กราฟฟิคต่างๆ Canva pro
- ขาดความร่วมมือในบางช่วง

เดือน กันยายน

- ปัญหาสภาพอากาศ เนื่องจากฝนตกทำให้เป็นอุปสรรคในการลงพื้นที่ไปถ่ายทำวิดีโอและลงพื้นที่เก็บข้อมูล CBD

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ภาพกิจกรรมลงพื้นที่ชุมชน

ปาน เจริญ WORK

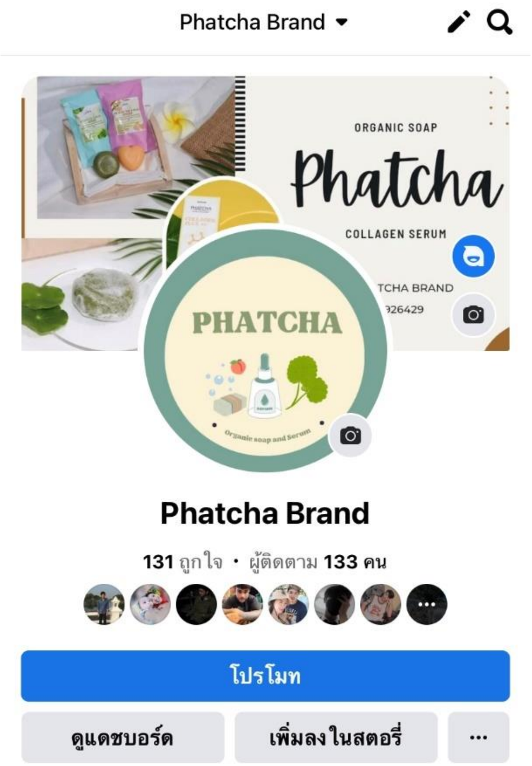
CHANEL
PARIS

ภาคผนวก ข

ช่องทางการติดต่อสื่อสารของตำบล เช่น Facebook , YouTube

ข้าวไรซ์เบอร์รี่ สัมฤทธิ์ผล Riceberry...
ข้าวไรซ์เบอรีสัมฤทธิผล
ข้าวปลอดสารพิษ ราคาถูก ส่งตรงจากชาวนา
สัมฤทธิ์ผล
ข้าวปลอดสารเคมี
ข้าวเพื่อสุขภาพ ราคาถูก
088-4995185
ข้าวไรซ์เบอร์รี่
ข้าวไรซ์เบอร์รี่ สัมฤทธิ์ผล Riceberry ปลีก/ส่ง
670 ถูกใจ • ผู้ติดตาม 691 คน
จัดการ
ส่งข้อความ
...

ข้าวของชำร่วย/รับไหว้
ไลน์
NUI2418
088-4995185
ข้าวของชำร่วย
รับไหว้
088-4995185
Nui2418
ข้าวของชำร่วย/รับไหว้
742 ถูกใจ • ผู้ติดตาม 793 คน
ส่งข้อความ
ถูกใจ
...


Phatcha Brand
ORGANIC SOAP
Phatcha
COLLAGEN SERUM
PHATCHA
Phatcha Brand
131 ถูกใจ • ผู้ติดตาม 133 คน
โปรโมท
ดูแดชบอร์ด
เพิ่มลงในสตอรี่
...

U2T for BCG
@u2t_banboek
0
กำลังติดตาม
5
ผู้ติดตาม
16
ถูกใจ
ข้อความ
U2T
บ้านเบิก
36
94

ภาคผนวก ค

รายชื่อสมาชิกในทีมตำบล
(บัณฑิตจบใหม่/ประชาชน)

สมาชิกลำดับที่ 1	
ชื่อ – สกุล	นาย ญาณวิช ไข่มุกด์
ที่อยู่	110 หมู่ 4 ต.บ้านเบิก อ.ท่าวุ้ง จ.ลพบุรี 15150
รูปถ่าย (Optional)	
สถานะ	สมาชิก (บัณฑิต)
เบอร์โทร	092 297 7175
อีเมล	Yanawit.km@gmail.com
สมาชิกลำดับที่ 2	
ชื่อ – สกุล	น.ส. ชลริญา ทะริยะ
ที่อยู่	30/2 หมู่ 3 ต.บ้านเบิก อ.ท่าวุ้ง จ.ลพบุรี 15150
รูปถ่าย (Optional)	
สถานะ	สมาชิก (บัณฑิต)
เบอร์โทร	098 286 2898
อีเมล	Cholriyatariya@gmail.com

สมาชิกลำดับที่ 3	
ชื่อ – สกุล	น.ส. ฟ้ารุ่ง ตอพฤกษา
ที่อยู่	5/1 หมู่ 9 ต.บ้านเบิก อ.ท่าวุ้ง จ.ลพบุรี 15150
รูปถ่าย (Optional)	
สถานะ	สมาชิก (บัณฑิต)
เบอร์โทร	098 162 4694
อีเมล	fahrungs1999@gmail.com
สมาชิกลำดับที่ 4	
ชื่อ – สกุล	น.ส. ปภาวดี พุฒนอก
ที่อยู่	41 หมู่ 15 ต.หัวสำโรง อ.ท่าวุ้ง จ.ลพบุรี 15150
รูปถ่าย (Optional)	
สถานะ	สมาชิก (บัณฑิต)
เบอร์โทร	098 447 0747
อีเมล	Papawadee61174920136@gmail.com

สมาชิกลำดับที่ 5	
ชื่อ – สกุล	นาย พาทิศ กิ่งไทร
ที่อยู่	41 หมู่ 15 ต.หัวสำโรง อ.ท่าวุ้ง จ.ลพบุรี 15150
รูปถ่าย (Optional)	
สถานะ	สมาชิก (บัณฑิต)
เบอร์โทร	082 248 9288
อีเมล	s0822489288@gmail.com
สมาชิกลำดับที่ 6	
ชื่อ – สกุล	น.ส. ภคพร ชนะโชติ
ที่อยู่	170 หมู่ 3 ต.บ้านเบิก อ.ท่าวุ้ง จ.ลพบุรี 15150
รูปถ่าย (Optional)	
สถานะ	สมาชิก (ประชาชน)
เบอร์โทร	063 314 7937
อีเมล	Pakapornn@gmail.com

สมาชิกลำดับที่ 7	
ชื่อ – สกุล	นาง ลาวัลย์ศิริ พุ่มทับทิม
ที่อยู่	30/1 หมู่ 1 ต.บ้านเบิก อ.ท่าวุ้ง จ.ลพบุรี 15150
รูปถ่าย (Optional)	
สถานะ	สมาชิก (ประชาชน)
เบอร์โทร	080 043 8695
อีเมล	Sirilawan24@gmail.com
สมาชิกลำดับที่ 8	
ชื่อ – สกุล	น.ส. สายชล พุ่มทับทิม
ที่อยู่	30/2 หมู่ 3 ต.บ้านเบิก อ.ท่าวุ้ง จ.ลพบุรี 15150
รูปถ่าย (Optional)	
สถานะ	สมาชิก (ประชาชน)
เบอร์โทร	089 042 0431
อีเมล	saichomimi@hotmail.com

ภาคผนวก ง

แบบฟอร์ม C01 - C06 จากระบบ PBM