



รายงานโครงการศูนย์แกนนำ เครือข่ายนักธุรกิจน้อย

มีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์
เครือข่ายโรงเรียนบ้านหนองขวาง



โรงเรียนบ้านหนองขวาง
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์ เขต 4
กระทรวงศึกษาธิการ

คำนำ

รายงานผลการดำเนินกิจกรรม การอบรมเชิงปฏิบัติการโรงเรียนเครือข่าย ศูนย์แกนนำขยาย เครือข่ายโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์โรงเรียนบ้านหนองขวาง ฉบับนี้ เป็นการ รายงานผลเมื่อเสร็จสิ้นการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว ตามที่โรงเรียนบ้านหนองขวาง ได้รับการจัดสรรงบประมาณ จากสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีงบประมาณ ๒๕๖๗ จำนวน ๖๒,๐๐๐ บาท โดยจัดทำ ขึ้นเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นนวัตกรของผู้ประกอบการของโรงเรียนเครือข่าย ตามหลักการของนักรุกกิจน้อยฯ คิดเป็น ทำได้ ขายเป็น โดยนำความรู้ที่ได้รับไปจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน เพื่อบ่มเพาะปลูกฝัง ความสามารถด้านการคิดและมีเจตคติที่ดีในการประกอบอาชีพตั้งแต่ในวัยเรียน

ขอขอบคุณสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาประจวบคีรีขันธ์เขต ๔ ที่อนุเคราะห์ที่ม นิเทศ โดยศึกษานิเทศก์ผู้รับผิดชอบโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ร่วมดำเนิน กิจกรรมในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตามวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม

ขอบคุณคณะกรรมการโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีผู้อำนวยการ สำนักพัฒนานวัตกรรมการจัดการศึกษา ผู้อำนวยการกลุ่มวิจัยและส่งเสริมคุณธรรมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมใน สถานศึกษา และคณะทำงานทุกท่าน โดยเฉพาะคุณชญาดา อินทรวินิจ นักวิชาการศึกษา เลขานุการ คณะทำงานโครงการ ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่ได้ร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้าง นวัตกรรมผู้ประกอบการโรงเรียนเครือข่าย ศูนย์แกนนำขยายเครือข่ายโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาตั้งแต่เริ่มรับนโยบาย จนถึง ณ เวลานั้นด้วยความทุ่มเทและเสียสละ

คณะผู้รายงานหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ว่ารายงานผลการดำเนินกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการ สร้าง นวัตกรรมผู้ประกอบการโรงเรียนเครือข่าย จะสามารถเป็นข้อมูลในการพัฒนาโรงเรียนเครือข่ายและศูนย์ แกนนำขยายเครือข่ายโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อไป

คณะกรรมการศูนย์แกนนำขยายเครือข่าย
โครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
โรงเรียนบ้านหนองขวาง
๑๘ กันยายน ๒๕๖๗

สารบัญ

คำนำ		ก
บทที่ ๑	บทนำ	๑
บทที่ ๒	ความรู้และเอกสารที่เกี่ยวข้อง	๔
บทที่ ๓	วิธีดำเนินงานกิจกรรม	๙
บทที่ ๔	ผลการดำเนินงานกิจกรรม	๑๐
บทที่ ๕	สรุปผล อภิปรายผล ปัญหาและข้อเสนอแนะ	๑๑

บทที่ ๑

บทนำ

๑. หลักการและเหตุผล

จากการที่โรงเรียนบ้านหนองขวางได้จัดตั้งศูนย์แกนนำขยายเครือข่ายนักธุรกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ เด็กดุ เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ ปมเพาะความเป็นเลิศทางวิชาชีพ ให้แก่เครือข่ายทั้งภายนอกและภายใน เพื่อฝึกให้นักเรียน คิดเป็น ทำได้ ขายเป็น ปลายทางของการพัฒนาการศึกษา หัวใจคือประชาชน คือ การผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพในการพัฒนาประเทศ สู่ความมั่นคงยั่งยืน ด้วยการผลิตสินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ เพิ่มมูลค่าสินค้าโดยใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยในการผลิต คิดเป็น ทำได้ ขายเป็น เกิดความมั่นใจในตนเอง รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการดำรงชีวิต การอาชีพและเทคโนโลยี มาใช้ประโยชน์ในการทำงานอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ และแข่งขันในสังคมไทยและสากล เห็นแนวทางในการประกอบอาชีพรักการทำงาน และมีเจตคติที่ดีต่อการทำงาน ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างพอเพียงและมีความสุข

จึงได้จัดให้มีโครงการอบรมในการที่จะนำไปพัฒนาการเรียนการสอนแก่นักเรียนให้มีความรู้ทักษะด้านงานอาชีพและให้นักเรียนมีพื้นฐานในการประกอบอาชีพให้นักเรียนได้ฝึกประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้อาชีพ การประกอบอาชีพ การศึกษาแหล่งเรียนรู้ การออกแบบ การลงทุน การผลิตผลงาน กำหนดราคา จัดทำแผนการตลาด อันก่อให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์และคุณธรรมประจำตัวนักธุรกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ซื่อสัตย์ ขยัน อดทน มุ่งมั่น กตัญญู ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้และมีเจตคติที่ดีต่ออาชีพสุจริต มีรายได้ระหว่างเรียน จำหน่ายผลผลิต จนสามารถนำไปเป็นทางเลือกการประกอบอาชีพในอนาคต ตามแนวคิดหลักเศรษฐกิจพอเพียง การจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต สร้างเสริมให้สถานศึกษาเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ จึงจัดทำโครงการนี้ขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เรื่องการประกอบอาชีพ เรื่อง นักธุรกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๒.๒ เพื่อให้ผู้เรียนมีคุณธรรมของผู้ประกอบการ คือ ซื่อสัตย์ ขยัน อดทน มุ่งมั่น กตัญญู

๒.๓ เพื่อให้ผู้เรียนนำภูมิปัญญาและแหล่งเรียนมาประยุกต์ใช้ ผลิตผลงาน สาธิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้

๓. เป้าหมาย

๓.๑ ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ๓ เรื่อง

๓.๑.๑ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขนมหไทยเพื่ออาชีพตามโครงการนักธุรกิจน้อยมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓.๑.๒ โครงการอบรมขยายผลด้านการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการภายใต้โครงการนักธุรกิจน้อย

๓.๑.๓ โครงการ อบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมพัฒนาทักษะการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

ภายใต้โครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
 ผู้เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ ๑ ผู้เรียนที่เข้าร่วมจำนวน ๘๐ คน
 ผู้เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ ๒ ผู้เรียนที่เข้าร่วมจำนวน ๔๐ คน
 ผู้เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ ๓ ผู้เรียนที่เข้าร่วมจำนวน ๑๕๐ คน

๓.๒ เชิงปริมาณ

โรงเรียนเครือข่าย และโรงเรียนที่สนใจมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ การดำเนินงานตามโครงการ และแผนธุรกิจ

รายละเอียดงบประมาณ

๑. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขนมไทยเพื่ออาชีพตามโครงการนักรุกกิจน้อย มีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
๑) งบบุคลากร	-
๒) งบดำเนินงาน	
- ค่าตอบแทนวิทยากร	๓,๖๐๐
ค่าอาหารกลางวัน ๘๐บาท X๘๐คนX๒ มื้อ	๑๒,๘๐๐
- ค่าอาหารว่าง (๒๕บาท x ๘๐ คน X ๔ มื้อ)	๘,๐๐๐
รวมทั้งสิ้น	๒๔,๔๐๐

๒. โครงการอบรมขยายผลด้านการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการภายใต้โครงการนักรุกกิจน้อย

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
๑) งบบุคลากร	-
๒) งบดำเนินงาน	
- ค่าตอบแทนวิทยากร	
ค่าอาหารกลางวัน ๑๐๐บาท X๕๐คน	๕๐๐๐
- ค่าอาหารว่าง (๒๕บาท x ๕๐ คน X ๒ มื้อ)	๒,๖๐๐
รวมทั้งสิ้น	๗,๖๐๐

๓. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมพัฒนาทักษะการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ภายใต้โครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓ กิจกรรมและงบประมาณ :M๔ - M๕

ที่	กิจกรรม	งบประมาณ			รวม
		ค่าตอบแทน	ค่าใช้สอย	ค่าวัสดุ	
๑	อบรมปฏิบัติการเขียนโมเดลธุรกิจด้วย Business Model Canvas	-	-	-	-
๒	จัดตลาดและเวทีทักษะอาชีพ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเผยแพร่ผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ	-	๓๐,๐๐๐	-	๓๐,๐๐๐
รวมเงิน		-	๓๐,๐๐๐	-	๓๐,๐๐๐

รายละเอียดงบประมาณ (ถ้าจ่ายทุกรายการ)

บทที่ ๒

ความรู้และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การนิเทศครูโรงเรียนเครือข่าย ผู้รับผิดชอบโครงการโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในการสร้างนวัตกรรม ผู้ประกอบการ ของศูนย์แกนนำโรงเรียนบ้านหนองขวาง ผู้รายงานได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอในการนิเทศแก่ครู โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

๑. STEAM & INNOVATOR
๒. Business Model Canvas
๓. การสร้างผลิตภัณฑ์

๑. STEAM & INNOVATOR

ขั้นตอนของ STEAM & INNOVATOR กระบวนการ ๔ ขั้นตอนในการสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบ STEAM & INNOVATOR สามารถนำไปปรับใช้ได้ มีดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ รู้ลึก รู้จริง

เราต้องรู้สึกและต้องรู้ว่าลูกค้าเป็นใคร ปัญหาที่แท้จริงคืออะไร เพราะบางครั้งสิ่งที่เรารู้ อาจจะเป็นมุมมองที่เห็นคนเดียว ไม่ใช่ทั้งหมด ดังนั้นการหา Insight ที่แท้จริงของลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้เราเห็นปัญหาที่จะหยิบมาแก้ไขได้ชัดเจนการหา insight นั้นทำได้ ๓ วิธี คือ Immersion ลองด้วยตนเอง, Observation การสังเกต และ Interview การสัมภาษณ์ ซึ่งวิธีสุดท้ายเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าเป้าหมายถ้าเราสามารถตั้งคำถามได้ดี เนื่องจากเราจะรู้ Pain point หรือปัญหาจริง จากการสัมภาษณ์ที่พร้อมการแสดงอารมณ์ความรู้สึกตลอดจนอาจได้ Surprising Insight หรือประเด็นที่เราคาดไม่ถึงโดยเทคนิคในการถามที่ดีต้องไม่ใช่คำถามปลายปิด ต้องเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ใช้เวลาคิด เราต้องเป็นผู้ฟังมากกว่าผู้พูด ที่สำคัญคือ ต้องพยายามเจาะลึกถึงปัญหาให้ได้มากที่สุด เพื่อนำมาแก้ไขได้อย่างตรงจุด

ขั้นตอนที่ ๒ คิดสร้างสรรค์ไอเดีย

เป็นการคิดค้นวิธีการแก้ปัญหาที่หลากหลาย โดยตั้งต้นจากการใช้โครงสร้างคำถาม How might we? เราสามารถทำอะไรได้บ้างเพื่อ.....? เมื่อได้คำตอบแล้ว สิ่งที่ต้องทำต่อไปคือ แก้ปัญหา ทั้งนี้การ Brain storm หรือระดมความคิดจากทีมงานในการแก้ปัญหามี ๒ แบบ คือ Critical thinking (Yes, but...) การคิดเชิงวิพากษ์ คิดแบบมีวิจารณ์ญาณ และ Creative thinking (Yes, and...) การคิดเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งแบบที่ ๒ จะถูกใช้ให้มากเพื่อเป็นการสนับสนุนและต่อยอดความคิดเห็นของกันและกันขึ้นไป

ขั้นตอนที่ ๓ แผนพัฒนาธุรกิจ

ประกอบด้วย ๓ เรื่องสำคัญ คือ การหาเครือข่ายความร่วมมือ การทำผลงานต้นแบบและการวางแผนธุรกิจอย่างครอบคลุมและรอบคอบ (Business model) ที่ต้องระบุได้ว่า กลุ่มลูกค้าคือใคร, คุณค่าที่มีต่อลูกค้า, ช่องทางการส่งคุณค่านี้ไปยังลูกค้า, การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า, วิธีการหาเงิน, ทรัพยากรที่ใช้, ขั้นตอนต่างๆ ในการสร้างคุณค่า, การหาความร่วมมือในการทำธุรกิจครั้งนี้ และต้นทุนมีอะไรบ้าง ทั้งนี้ ผลงานต้นแบบ (Prototype) ที่ต้องทำขึ้นก่อนในขั้นตอนนี้ก็เพื่อทดสอบไอเดียและสมมติฐานที่เรามีกับลูกค้า

ซึ่งผลงานต้นแบบนี้ต้องจับต้องได้และสร้างประสบการณ์การใช้งานเสมือนได้ เพื่อขอรับข้อคิดเห็นในการปรับปรุงงานให้ดึงดูดความสนใจลูกค้าได้มาก ดังนั้นหัวใจสำคัญของผลิตภัณฑ์ต้นแบบก็คือ “การดึงดูดขาย”

ขั้นตอนที่ ๔ การผลิตและการกระจายสินค้า

เป็นการสร้างมูลค่าผลงานนวัตกรรมออกสู่ตลาดจริง โดยนำผลงานที่พัฒนาจากขั้นตอนที่ ๔ มาผลิตจำหน่าย รวมถึงการนำเสนอเพื่อขายไอเดียให้กับนักลงทุน ทั้งนี้ทิศทางการหยิบประเด็นมานำเสนอสามารถใช้ Star model ได้ คือ

Situation – สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับ Pain point หรือปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย

Task – ทางเลือกที่จะสร้างหรือพัฒนาคือสิ่งใดบ้างเพื่อแก้ปัญหา Pain point ข้างต้น

Action – สิ่งที่เราลงมือทำหรือสร้างขึ้นคืออะไร ความพิเศษของนวัตกรรมของเราคืออะไร

Result – ผลลัพธ์ของการใช้งาน หรือประโยชน์ของนวัตกรรมที่คาดว่าจะกลุ่มเป้าหมายจะได้รับ

๒. Business Model Canvas

BMC คือแผนภาพหนึ่งแผ่นที่ฉายให้เห็นภาพรวมของธุรกิจ BMC นี้มีไว้เพื่อช่วยให้เจ้าของธุรกิจสามารถตอบคำถามสำคัญของธุรกิจ ๔ เรื่อง

ซึ่งการตอบคำถาม ๔ เรื่องหลักนี้ จะถูกแยกเป็น ๙ องค์ประกอบสำคัญอยู่ในผืนผ้าใบ ๑ ผืน โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑) ลูกค้าคือใคร หรือ Customer Segments (CS) : ธุรกิจต้องระบุให้ได้ว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายควรระบุให้ชัดเจน ยิ่งลึกยิ่งดี เพราะจะได้แนะนำเสนอคุณค่าของสินค้าได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่สุด

๒) คุณค่าของสินค้าหรือบริการคืออะไร หรือ Value Proposition (VP) : ธุรกิจต้องมั่นใจและหาให้ได้ว่าคุณค่าของสินค้าบริการ ที่ส่งมอบให้ลูกค้า จะตอบโจทย์ความต้องการ หรือแก้ปัญหาให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

๓) ขายผ่านช่องทางไหน หรือ Channels (CH) : ธุรกิจต้องวิเคราะห์ให้ดีกว่าช่องทางสื่อสารและช่องทางส่งมอบสินค้า ช่องทางแบบไหนที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

๔) สร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างไร หรือ Customer Relationships (CR) : ธุรกิจมีวิธีการในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างไร เพื่อให้เกิดการใช้สินค้าบริการต่อเนื่อง รวมถึงบอกต่อ

๕) มีโครงสร้างรายได้อย่างไร หรือ Revenue Streams (RS) : โมเดลรายได้ของธุรกิจสตาร์ทอัพมีหลากหลายรูปแบบ ธุรกิจจึงต้องมองให้ดีกว่า เราจะสร้างรายได้ด้วยวิธีการใด เช่น จากส่วนแบ่งจากค่าสินค้าบริการ จากค่าสมาชิก หรือจากค่าโฆษณา เป็นต้น

๖) ทรัพยากรของบริษัทคืออะไร หรือ Key Resources (KR) : คือเงินลงทุน เทคโนโลยีต่าง ๆ ซึ่งรวมไปถึงทรัพยากรบุคคล ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องรู้ว่าบริษัทมี KR ที่เหมาะสมหรือเพียงพอต่อการทำธุรกิจหรือไม่

๗) กิจกรรมที่ขับเคลื่อนธุรกิจคืออะไร หรือ Key Activities (KA) : คือการมองว่างานหลักของธุรกิจคืออะไร เทียบกับคู่แข่งเป็นอย่างไร จะสามารถสร้างกิจกรรม หรือ Solutions ใหม่ ๆ ให้ลูกค้าได้อย่างไรบ้าง

๘) คู่ค้าคือใคร หรือ Key Partners (KP) : หุ่นส่วนทางธุรกิจเป็นใครได้บ้าง ที่จะมาช่วยส่งเสริม หรือเติมเต็มให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่งมากขึ้น

๙) ค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจคืออะไร หรือ Cost Structure (CS) : คือค่าใช้จ่ายทั้งรายจ่ายคงที่และไม่คงที่ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายทางการตลาด ที่เมื่อนำรายจ่ายเหล่านี้ไปลบกับรายได้แล้ว ผลลัพธ์ที่ได้คือผลตอบแทนที่กิจการจะได้รับกลับมา

การร่าง BMC ทั้ง ๙ ช่องนี้จะช่วยให้เราคิดรอบด้าน และทำให้เห็นภาพรวมของธุรกิจ สามารถสื่อสารกับทีมงาน ให้เข้าใจได้ง่าย และไปในทิศทางเดียวกันว่ากำลังส่งมอบคุณค่าอะไรให้กับลูกค้ากลุ่มไหน ผ่านช่องทางอะไร ด้วยกิจกรรมอะไร และทรัพยากรอะไร ด้วยรายได้ต้นทุนอย่างไร ก็จะทำให้เราเห็นจุดที่สามารถพัฒนาปรับปรุงได้ รวมถึงรู้ว่าธุรกิจควรจะต้อง Focus ไปในทิศทางไหน ซึ่ง BMC สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของรูปแบบธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

๓. การสร้างผลิตภัณฑ์

๓.๑ ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product)

ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใหม่ หรือมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้นกว่าเดิม ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) สามารถแบ่งลักษณะออกมาได้ ๓ แบบ ได้แก่

๑) ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม (Innovated product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการวิจัยพัฒนาคิดสร้างสรรค์ออกมาเป็นครั้งแรก และยังไม่มีมาก่อนในตลาด เช่น iPhone รุ่น ๑ หรือ iPad รุ่น ๑ ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ซึ่งผลิตภัณฑ์ในประเภทนี้ เราเรียกว่า “นวัตกรรม”

๒) ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่ (Modified product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีการปรับปรุงคุณสมบัติในลักษณะใดลักษณะหนึ่งทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอีกครั้ง เช่น ไอโฟนรุ่น ๒-๖ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มี การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีคุณสมบัติที่ดีขึ้นกว่าเดิม เป็นต้น

๓) ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ (Me-too product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจซึ่งเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่แล้วในตลาด เนื่องจากเห็นว่ามีเทคโนโลยีหรือมีความต้องการของตลาดเป็นอย่างสูง ตัวอย่างเช่น หลังจากที่ มี smart phone ของค่ายแอปเปิ้ลออกมา เราก็ได้เห็น smart phone อื่นๆ หลายค่ายที่ออกมามากมาย ซึ่งในแง่ของผู้ผลิตการมีคู่แข่ง ทำให้ต้องพัฒนาอยู่ตลอดเวลา หากหยุดนิ่งเมื่อไรคู่แข่งก็แซงหน้าไปแล้ว ในแง่ของผู้บริโภคก็เป็นการดีที่มีการพัฒนาและทางเลือกมากมาย

ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ยังสามารถแบ่งตามลักษณะความใหม่ในตลาดและในแง่ของบริษัทได้ดังนี้

๑) ผลิตภัณฑ์ใหม่ของโลก (New to the world) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างขึ้นใหม่เป็นครั้งแรก มีคุณสมบัติหรือลักษณะพิเศษ ไม่เหมือนผลิตภัณฑ์ใดๆ ที่มีมาก่อน เพื่อสำหรับเข้าสู่ตลาดใหม่โดยเฉพาะ เช่น Smart phone รถไฟฟ้าของเทสลา

๒) ผลิตภัณฑ์ใหม่ในแง่ของสายผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product lines) หมายถึง สายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มขึ้นใหม่ของบริษัท และเป็นการเข้าสู่ตลาดเดิมที่มีอยู่เป็นครั้งแรก เช่น “Starbucks” ซึ่งเป็นแบรนด์ใหญ่ระดับโลกมี Core Business อย่างธุรกิจกาแฟที่มีฐานแข็งแกร่งแล้ว ตอนนี้กำลังขยาย “ตลาดเครื่องดื่มชา” “Starbucks Teavana” ออกมา ซึ่งเป็นสายผลิตภัณฑ์ใหม่นอกเหนือไปจากกาแฟที่เป็นจุดแข็งของสตาร์บัคอยู่แล้ว ซึ่งผู้เขียนไปตีพิมพ์มาแล้ว รสชาติดีทีเดียว

๓) การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าไปในสายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ (Additions to existing product lines) หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพิ่มเติมเข้าไปในสายผลิตภัณฑ์เดิมของบริษัท ซึ่งมีความใหม่พอสมควรสำหรับกิจการและตลาด เช่น โยเกิร์ตดัซมีลล์ มีหลายแบบให้เลือก เช่น แบบดั้งเดิม รสสตอเบอร์รี่ รสวานิลลา ผลิตภัณฑ์เดิมยังเป็นโยเกิร์ตอยู่ แต่เพิ่มแบบและรสชาติใหม่ๆ เป็นต้น

๔) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการลดต้นทุนการผลิต (Cost reductions) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ปรับปรุงขึ้นเพื่อลดต้นทุนการผลิต

๕) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ (Re positioning) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการนำผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่เข้าสู่ตลาดเป้าหมายใหม่

๖) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ (Improvements in revision of existing product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมในเรื่องของลักษณะและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ จะคล้ายๆกับผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงใหม่ (Modified product) ที่กล่าวมาแล้ว ในเบื้องต้น ตัวอย่างเดียวกันคือ ไอโฟนรุ่น ๒-๖ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มี การปรับปรุง ผลิตภัณฑ์เดิมของธุรกิจให้มีสมบัติ ลักษณะ และคุณค่าที่ดีขึ้นกว่าเดิม เป็นต้น

๓.๒ ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีทั้งหมด ๘ ขั้นตอน คือ

๓.๒.๑ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่

๓.๒.๒ การคัดเลือกความคิด

๓.๒.๓ การทดสอบความคิด

๓.๒.๔ การวางกลยุทธ์ทางการตลาด

๓.๒.๕ การวิเคราะห์ธุรกิจ

๓.๒.๖ การพัฒนาผลิตภัณฑ์

๓.๒.๗ การทดสอบตลาด

๓.๒.๘ การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

๓.๒.๑ การสร้างความคิดใหม่

วัตถุประสงค์ของการสร้างความคิดใหม่ก็เพื่อสร้างความคิดจำนวนมากเทคนิคการค้นความคิดใหม่อาจทำได้โดยการระดมสมอง การสังเคราะห์ความคิดใหม่การวิเคราะห์ปัญหาหรือความต้องการ การเขียนรายการปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดให้มากที่สุด เป็นต้น

๓.๒.๒ การคัดเลือกความคิด

เมื่อได้ความคิดใหม่จำนวนหนึ่งแล้ว ต้องมีการคัดเลือกความคิดเพื่อลดจำนวนความคิดที่มีอยู่ให้เหลือน้อยลงและน่าสนใจมากขึ้น วัตถุประสงค์ของการคัดเลือกความคิด ก็คือ การลดจำนวนความคิดลงให้เร็วที่สุดเนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องใช้เงินและวัตถุดิบมากมาย ถ้าวัดจำนวนความคิดลงก็ช่วยลดทุนได้ส่วนหนึ่งอย่างไรก็ตามการคัดเลือกความคิดต้องระวังการเกิด การละทิ้งความคิดดีๆไป หรือการนำความคิดที่ไม่ดีมาผลิตสินค้าออกสู่ตลาด

๓.๒.๓ การพัฒนาและทดสอบแนวคิด

ความคิดในเรื่องผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างหนึ่งสามารถเปลี่ยนเป็นแนวคิดของผลิตภัณฑ์ได้หลายอย่างขึ้นอยู่กับว่าใครจะใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่นี้และจะได้ประโยชน์อย่างไรใช้โอกาสไหนและจากแนวความคิดของผลิตภัณฑ์ ก็จะได้แนวคิดตราสินค้า เมื่อได้แนวคิดแล้วก็ต้องทำการทดสอบแนวคิดนั้นว่าเหมาะสมที่จะนำมาใช้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือไม่การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามที่ลูกค้าต้องการในทัศนคติของบริษัทเอง

เป็นเรื่องที่ง่ายเมื่อเทียบกับการออกแบบตามที่ลูกค้าจริงๆ ความต้องการลูกค้าแต่ละคนมีความชอบแตกต่างกันผลิตภัณฑ์ที่พยายามตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกคน โดยทั่วไปแล้วก็จะไม่สามารถทำให้ลูกค้าสักคนรู้สึกประทับใจได้ การทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าโดย พยายามออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ เหมาะกับลูกค้าเป้าหมายก็จะทำให้ SMEs ประสบความสำเร็จแล้ว

๓.๒.๔ การวางกลยุทธ์ทางการตลาด

เมื่อแนวคิดได้ผ่านการทดสอบและบริษัทมั่นใจว่าตรงกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายแล้ว ก็จะต้องมีการวางกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมโดยประกอบด้วย ๓ ส่วนคือ

- ส่วนแรก ต้องกล่าวถึงขนาด โครงสร้าง และพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ยอดขายส่วนแบ่งตลาด เป้าหมายการทำกำไร

- ส่วนที่สอง ของกลยุทธ์การตลาด ต้องกล่าวถึง ราคา กลยุทธ์การจัดจำหน่าย งบประมาณด้านการตลาด

- ส่วนที่สาม ต้องกล่าวถึง ยอดขายในระยะยาว กำไร และกลยุทธ์ทางการตลาดในระยะยาว

๓.๒.๕ การวิเคราะห์ธุรกิจ

หลังจากวางกลยุทธ์แล้ว ก็ต้องนำมาประมาณยอดขาย ต้นทุนและกำไร และดูว่าสมควรที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปหรือไม่ โดยอาจจะใช้ Break – even Analysis ที่จะดูว่าบริษัทต้องการขายสินค้ากี่หน่วยจึงจะคุ้มกับต้นทุนที่หน่วยจึงจะคุ้มกับต้นทุนที่ลงทุนไป หรืออาจใช้การวิเคราะห์ความเสี่ยงในการประเมินก็ได้ โดยดูว่ากำไรจะเป็นอย่างไร ในกรณีที่แย่ที่สุด ปานกลาง หรือดีที่สุด

๓.๒.๖ การพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง เป็นการแปรรูปแนวคิดของผลิตภัณฑ์มาเป็นสินค้าที่พร้อมจะนำไปทดสอบตลาด โดยจะเริ่มผลิต ผลิตภัณฑ์ต้นแบบขึ้น ซึ่งขั้นตอนนี้อาจใช้เวลาเพียง สัปดาห์ปีหรือหลายๆ ปีก็ได้

๓.๒.๗ การทดสอบตลาด

วัตถุประสงค์ของการทดสอบตลาด ก็เพื่อดูว่าลูกค้าจะตอบสนองต่อสินค้าอย่างไร และขนาดของตลาดเป็นเท่าใด

๓.๒.๘ การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

ถ้าการทดสอบออกมาดี ขั้นตอนสุดท้ายก็คือ การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดก็เป็นช่วงที่ต้องการเงินลงทุนสูงสุด โดยจะต้องตอบคำถามเหล่านี้

- เมื่อไหร่? คือ ช่วงเวลาที่จะนำสินค้าออกจำหน่าย
- ที่ไหน? คือ ตลาดที่ใดที่จำหน่าย
- ใคร? จะนำสินค้าไปจำหน่ายให้แก่ใครบ้าง
- อย่างไร? จะนำสินค้าไปจำหน่ายอย่างไร

เมื่อการใช้ชีวิตของคนในสังคมเมืองเปลี่ยนไป ส่วนใหญ่อยู่เป็นครอบครัวเล็ก ในบ้าน หรือ อพาร์ทเมนต์เล็ก ๆ ที่มีเนื้อที่จำกัด และใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ ไม่ค่อยมีเวลาทำอาหารทานเอง ส่วนใหญ่มักซื้อ กับข้าวสำเร็จรูปเพื่อความสะดวกและหุงข้าวทานเอง เพื่อให้ได้ข้าวสุกใหม่ร้อน และนำรับประทานการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ก็ต้องปรับปรุงให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค อย่างหม้อหุงข้าวที่มีการพัฒนา ออกแบบให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้

บทที่ ๓ วิธีดำเนินกิจกรรม

กิจกรรมการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการโรงเรียนเครือข่ายของศูนย์แกนนำขยายเครือข่ายตามโครงการนักรุกกิจน้อมมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศูนย์แกนนำโรงเรียนบ้านหนองขวางสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศึกษาบุรีรัมย์เขต ๔ มีวิธีดำเนินงานกิจกรรมดังนี้

๑. ประสานงานกับโรงเรียนเครือข่าย ด้านการขอความอนุเคราะห์ศึกษานิเทศก์ผู้รับผิดชอบโครงการนักรุกกิจน้อมมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๒. จัดเตรียมเนื้อหาและเอกสาร จากการฝึกอบรมการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการ เพื่อให้ครูผู้รับผิดชอบโครงการนักรุกกิจน้อมมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้ศึกษาเพิ่มเติมและนำไปใช้ในการบ่มเพาะ ปลูกฝังความสามารถด้านการคิดและ เจตคติที่ดีในการประกอบอาชีพ แก่นักเรียนในความรับผิดชอบ โดยไม่ใช้วิธีอบรมเชิงปฏิบัติการ เนื่องด้วยคุณครูผู้รับผิดชอบโครงการของโรงเรียนบ้านหนองขวาง เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ รวมทั้งมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมการสร้างผู้ประกอบการ เป็นครูที่ปรึกษาโครงการ กิจกรรมการแข่งขันทักษะงานอาชีพ

๓. อบรมโรงเรียนเครือข่าย

๓.๑ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑผลิตภัณฑ ขนมไทยเพื่ออาชีพตามโครงการนักรุกกิจน้อมมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓.๒ โครงการอบรมขยายผลด้านการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการภายใต้โครงการนักรุกกิจน้อมมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓.๓ โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมพัฒนาทักษะการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

ภายใต้โครงการนักรุกกิจน้อมมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

- ผู้เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ ๑ ผู้เรียนที่เข้าร่วมจำนวน ๘๐ คน
- ผู้เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ ๒ ผู้เรียนที่เข้าร่วมจำนวน ๔๐ คน
- ผู้เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ ๓ ผู้เรียนที่เข้าร่วมจำนวน ๑๕๐ คน

บทที่ ๔ ผลการดำเนินงานกิจกรรม

กิจกรรมการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการโรงเรียนเครือข่ายของศูนย์แกนนำขยายเครือข่ายตามโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศูนย์แกนนำโรงเรียนบ้านหนองขวางสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษารั้วมย์เขต ๔ มีผลการดำเนินงานกิจกรรมดังนี้

๑. ผลการประสานงาน

๑.๑ ผลจากการประสานงานโรงเรียนเครือข่าย ให้เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ ประกอบด้วย

- ๑) โรงเรียนบ้านเพี้ยแก้ว
- ๒) โรงเรียนบ้านกลันทาวิทยา
- ๓) โรงเรียนบ้านทุ่งวังสาขาโคกโกโตด
- ๔) โรงเรียนบ้านฝ้าย
- ๕) โรงเรียนบ้านกอกโคก
- ๖) โรงเรียนมัธยมพรสำราญ
- ๗) โรงเรียนบ้านหาญโสภ
- ๘) โรงเรียนบ้านยางทะเล
- ๙) โรงเรียนบ้านทองหลาง

๒. ผลการจัดเตรียมเนื้อหาและเอกสารประกอบการอบรม

รวบรวมหัวข้อและเนื้อหาจากการอบรมในโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการ วันที่ ๑๘ - ๒๐ มิถุนายน ๒๕๖๗ ณ โรงแรมรอยัลเบญจา กรุงเทพมหานคร ดังนี้

- ๒.๑ สิ่งสำคัญในการทำธุรกิจ
- ๒.๒ ขั้นตอนการเป็นนวัตกรรมผู้ประกอบการ(STEAM & INNOVATOR)
- ๒.๓ การศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค(Insight)
- ๒.๔ การคิดสร้างสรรค์และต่อยอดผลิตภัณฑ์(WoW! Idea)
- ๒.๕ การเริ่มต้นจากการสร้างตัวต้นแบบ(Prototype)
- ๒.๖ การสร้างแบบจำลองธุรกิจ(BMC)
- ๒.๗ การสร้างแบรนด์สินค้า
- ๒.๘ การจัดจำหน่ายและโฆษณา
- ๒.๙ การเขียนแผนธุรกิจ และ/หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ๒.๑๐ ความสำคัญด้านทรัพย์สินทางปัญญา

ข้อมูลสนับสนุนการดำเนินงานโครงการยังได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากครูผู้รับผิดชอบโครงการได้เข้าร่วมการประชุมโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ร่วมกับครูเครือข่ายในโครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยสำนักพัฒนานวัตกรรมการจัดการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน เมื่อวันที่ ๒ สิงหาคม ๒๕๖๗ ทางออนไลน์

๓. ผลการจัดกิจกรรมตามโครงการ

- โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขนมไทยเพื่ออาชีพตามโครงการนักรู้จักน้อย มีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- โครงการอบรมขยายผลด้านการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการภายใต้โครงการนักรู้จักน้อย มีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมพัฒนาทักษะการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ภายใต้โครงการนักรู้จักน้อยมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นักเรียนและผู้เข้าร่วมโครงการเกิดทักษะการเรียนรู้ตามกิจกรรมและโครงการดังกล่าว

บทที่ ๕

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผล

หลังจากการจัดกิจกรรมนี้เสร็จสิ้นจะทำให้ครูผู้รับผิดชอบโครงการ มีการพัฒนาทักษะในการเป็น นวัตกรรมของผู้ประกอบการ ตามหลักการของนักธุรกิจน้อย มีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คิดเป็น ทำได้ ขายเป็น และนำความรู้ที่ได้รับไปจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อป่มเพาะ ปลุกฝังความสามารถด้านการคิด และ เจตคติที่ดีในการประกอบอาชีพ แก่นักเรียนในความรับผิดชอบ ให้นักเรียนมีคุณธรรมสู่ความสำเร็จ การเป็น ผู้ประกอบการ เช่น มีความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาผลงาน ขายได้เชิงพาณิชย์ มีความรู้เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในเรื่องปัญหาของโรงเรียนเครือข่าย พบว่ามีปัญหาและแนวทางในการแก้ไข ดังนี้

๑. ด้านงบประมาณ ด้วยมีจำนวนนักเรียนน้อย การได้รับงบประมาณก็น้อยตามไปด้วย แต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้จึงได้รับงบประมาณสนับสนุนอย่างจำกัด วิธีการแก้ไขปัญหา ได้แก่ การใช้ทุนหมุนเวียนในการ ดำเนินกิจกรรมการหารายได้ระหว่างเรียน ควบคู่กับการเรียนรู้และการฝึกทักษะ

๒. โอกาสนำเสนอผลงานมีน้อยลง เช่น งานศิลปหัตถกรรมนักเรียนก็ลดระดับการจัดโอกาส การนำ ผลงานจัดแสดงในระดับชาติเช่นแต่ก่อนที่เคยนำเสนอ เช่น ณ เมืองทองธานี หรือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตรังสิต เป็นต้น ในปัจจุบันเป็นการจัดในระดับเขตพื้นที่ก็นับว่ามีโอกาสดีที่สุด การแก้ไขคือ เครือข่าย โครงการนักธุรกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำเข้าร่วมในการจัดงานกาชาด ของจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

โครงการศูนย์แกนนำขยายเครือข่ายนักธุรกิจน้อย มีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (งบประมาณจากสำนักพัฒนานวัตกรรมการจัดการศึกษา)

(งบประมาณ ๒๒,๐๐๐ บาท)

แผนงาน	บริหารงานวิชาการ
สนองนโยบายเร่งด่วน	การลดภาระนักเรียนและผู้ปกครอง
สนองกลยุทธ์โรงเรียน	กลยุทธ์ที่ ๑
สอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาของโรงเรียนมาตรฐานที่ ๕	ตัวบ่งชี้ที่ ๕.๑-๕.๔
ผู้รับผิดชอบโครงการ	นางบังอร สร้อยสูงเนิน และคณะครู
หน่วยงานที่รับผิดชอบ	กลุ่มวิชาการ
ระยะเวลาดำเนินการ	๑ สิงหาคม ๒๕๖๗ - กันยายน ๒๕๖๗

๑. หลักการและเหตุผล

จากการที่โรงเรียนบ้านหนองขวางได้จัดตั้งศูนย์แกนนำขยายเครือข่ายนักธุรกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ เด็กดู เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ บ่มเพาะความเป็นเลิศทางวิชาชีพให้แก่เครือข่ายทั้งภายนอกและภายใน เพื่อฝึกให้นักเรียน คิดเป็น ทำได้ ขายเป็น ปลายทางของการพัฒนาการศึกษา หัวใจคือประชาชน คือ การผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพในการพัฒนาประเทศ สู่ความมั่นคงยั่งยืน ด้วยการผลิตสินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ เพิ่มมูลค่าสินค้าโดยใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยในการผลิต คิดเป็น ทำได้ ขายเป็น เกิดความมั่นใจในตนเอง รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการดำรงชีวิต การอาชีพและเทคโนโลยี มาใช้ประโยชน์ในการทำงานอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ และแข่งขันในสังคมไทย และสากล เห็นแนวทางในการประกอบอาชีพรักการทำงาน และมีเจตคติที่ดีต่อการทำงาน ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างพอเพียงและมีความสุข

จึงได้จัดให้มีโครงการอบรมในการที่จะนำไปพัฒนาการเรียนการสอนแก่นักเรียนให้มีความรู้ทักษะด้านงานอาชีพและให้นักเรียนมีพื้นฐานในการประกอบอาชีพให้นักเรียนได้ฝึกประสบการณ์ตรงจากการเรียนรู้ การประกอบอาชีพ การศึกษาแหล่งเรียนรู้ การออกแบบ การลงทุน การผลิตผลงาน กำหนดราคา จัดทำแผนการตลาด อันก่อให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์และคุณธรรมประจำตัวนักธุรกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ ซื่อสัตย์ ขยัน อดทน มุ่งมั่น กตัญญู ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้และมีเจตคติที่ดีต่ออาชีพสุจริต มีรายได้ระหว่างเรียน จำหน่ายผลผลิต จนสามารถนำไปเป็นทางเลือกการประกอบอาชีพในอนาคตตามแนวคิดหลักเศรษฐกิจพอเพียง การจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต สร้างเสริมให้สถานศึกษาเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ จึงจัดทำโครงการนี้ขึ้น

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เรื่องการประกอบอาชีพ เรื่อง นักธุรกิจน้อยมีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๒.๒ เพื่อให้ผู้เรียนมีคุณธรรมของผู้ประกอบการ คือ ซื่อสัตย์ ขยัน อดทน มุ่งมั่น กตัญญู

๒.๓ เพื่อให้ผู้เรียนนำภูมิปัญญาและแหล่งเรียนมาประยุกต์ใช้ ผลิตผลงาน สาธิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้

๓. เป้าหมาย

๓.๑. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ๓ เรื่อง

๓.๑.๑ โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขนมไทยเพื่ออาชีพตามโครงการนักรุกกิจน้อย มีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓.๑.๒ โครงการอบรมขยายผลด้านการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการภายใต้โครงการนักรุกกิจน้อย มีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓.๑.๓ โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมพัฒนาทักษะการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ภายใต้โครงการนักรุกกิจน้อยมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ ๑ ผู้เรียนที่เข้าร่วมจำนวน ๘๐ คน

ผู้เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ ๒ ผู้เรียนที่เข้าร่วมจำนวน ๔๐ คน

ผู้เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย โครงการที่ ๓ ผู้เรียนที่เข้าร่วมจำนวน ๑๕๐ คน

๓.๒.เชิงปริมาณ

โรงเรียนเครือข่าย และโรงเรียนที่สนใจมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ การดำเนินงานตามโครงการ และแผนธุรกิจ

๔. วิธีดำเนินงาน

กิจกรรม	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
๑. จัดทำโครงการเพื่อขออนุมัติจากผู้บริหารโรงเรียนและวิทยาลัยชุมชนบุรีรัมย์	กรกฎาคม ๖๗		คณะครู
๒. จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานตามโครงการ ๓. ประชุมคณะกรรมการเพื่อวางแผนการดำเนินงาน			คณะครู ผู้บริหาร
๔. ดำเนินกิจกรรม ๔.๑ จัดเตรียมวัสดุและอุปกรณ์ ๔.๒ พัฒนาความรู้และทักษะให้กับผู้เรียนเรื่องการแปรรูปอาหาร	กรกฎาคม ๖๗		คณะครู
๕. ประเมินผลการดำเนินงานตามกิจกรรมต่างๆ ที่กำหนด ๕.๑ จัดทำแบบประเมินโครงการ ๕.๒ จัดทำแบบประเมินผลความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง ๕.๓ ประเมินผลโครงการ ๕.๔ ประเมินผลความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง			คณะครู
๖. สรุปผลการดำเนินงานโครงการและรายงานผู้ที่เกี่ยวข้อง			คณะครู

รายละเอียดงบประมาณ

๑.โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขนมไทยเพื่ออาชีพตามโครงการนักรุกิจน้อย มีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
๑) งบบุคลากร	-
๒) งบดำเนินงาน	
- ค่าตอบแทนวิทยากร	๓,๖๐๐
ค่าอาหารกลางวัน ๘๐บาท X๘๐คนX๒ มื้อ	๑๒,๘๐๐
- ค่าอาหารว่าง (๒๕บาท x ๘๐ คน X ๔ มื้อ)	๘,๐๐๐
รวมทั้งสิ้น	๒๔,๔๐๐

๒.โครงการอบรมขยายผลด้านการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการภายใต้โครงการนักรุกิจน้อย

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
๑) งบบุคลากร	-
๒) งบดำเนินงาน	
- ค่าตอบแทนวิทยากร	
ค่าอาหารกลางวัน ๑๐๐บาท X๕๐คน	๕,๐๐๐
- ค่าอาหารว่าง (๒๕บาท x ๕๐ คน X ๒ มื้อ)	๒,๖๐๐
รวมทั้งสิ้น	๗,๖๐๐

๓.โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมพัฒนาทักษะการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ภายใต้โครงการนักรุกิจน้อยมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

๓ กิจกรรมและงบประมาณ :M๔ - M๕

ที่	กิจกรรม	งบประมาณ			รวม
		ค่าตอบแทน	ค่าใช้จ่าย	ค่าวัสดุ	
๑	อบรมปฏิบัติการเขียนโมเดลธุรกิจด้วย Business Model Canvas	-	-	-	-
๒	จัดตลาดและเวทีทักษะอาชีพ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเผยแพร่ผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ	-	๓๐,๐๐๐	-	๓๐,๐๐๐
รวมเงิน		-	๓๐,๐๐๐	-	๓๐,๐๐๐

รายละเอียดงบประมาณ (ถ้าจ่ายทุกรายการ)

การประเมินผล

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	วิธีประเมิน	เครื่องมือประเมิน
๑. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ ร้อยละ ๘๕	สอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ	แบบประเมินความพึงพอใจ
๒. โรงเรียนเครือข่ายมีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้	สังเกตชิ้นงานของผู้เรียน	แบบสังเกต

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

โรงเรียนเครือข่ายของศูนย์แกนนำ มีหลักสูตร ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน มีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ สามารถจำหน่ายได้

ผู้เสนอโครงการ



(นางบังอร สร้อยสูงเนิน)
ครูวิชาการ

ผู้เห็นชอบโครงการ



(นายพงศ์ศักดิ์ พุทธลา)
ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านหนองขวาง

ภาคผนวก

โรงเรียนบ้านหนองขวาง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์เขต 4



ข่าวประชาสัมพันธ์โรงเรียน

วารสาร

ประจำปีการศึกษา 2567

ฉบับที่
13



**โรงเรียนบ้านหนองขวางศูนย์แกนนำขยายเครือข่าย
โครงการนักเรียนน้อย มีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์**

วันที่ 6 สิงหาคม 2567 โรงเรียนบ้านหนองขวางได้จัดอบรมขยายผลด้านการสร้างนวัตกรรมผู้ประกอบการภายใต้โครงการนักเรียนน้อย ให้แก่ครู นักเรียนศูนย์แกนนำและครู นักเรียนในโรงเรียนเครือข่าย ได้แก่ โรงเรียนบ้านเพี้ยแก้ว โรงเรียนชุมชนบ้านหายโศก โรงเรียนบ้านทองหลาง โรงเรียนบ้านกอกโคก โรงเรียนบ้านยางทะเล โรงเรียนบ้านทุ่งวัง สาขาโคกอะโตน สพป.บร.4 โรงเรียนบ้านกลันทาวิทยา สพป.บร.1 โรงเรียนบ้านฝ้าย สพป.บร.3 โรงเรียนมัธยมพรสำราญ สพม.บุรีรัมย์



ช่อง Youtube

Website



โรงเรียนบ้านหนองขวาง อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



083-3773-192



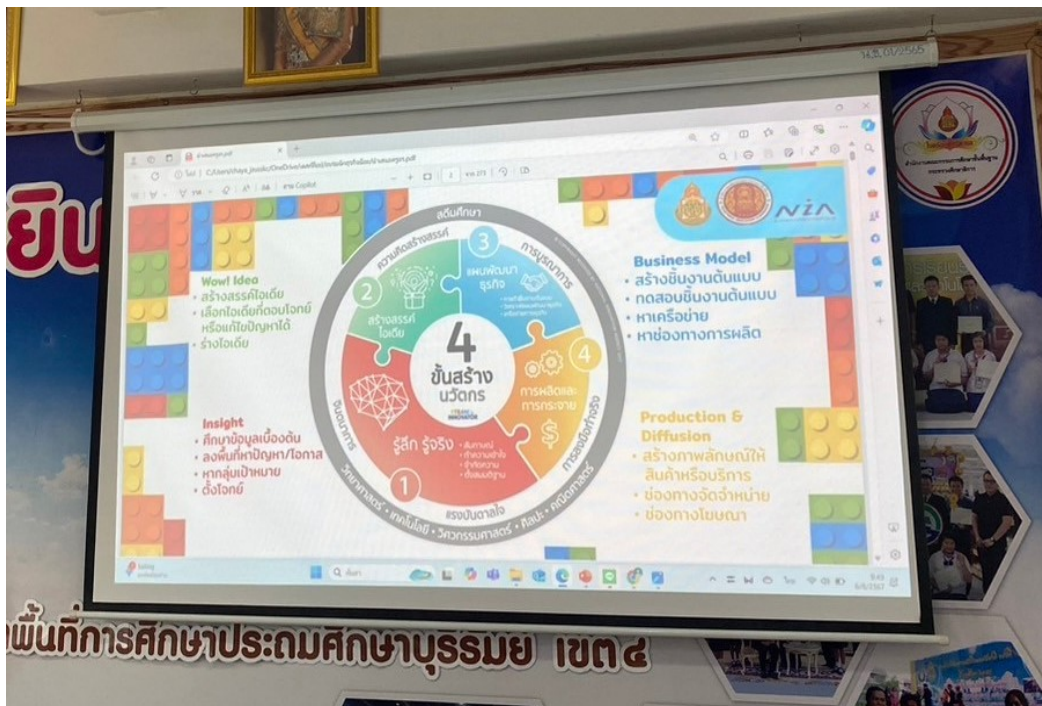
กิจกรรมการอบรมโรงเรียนเครือข่าย















ภาพกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ Business Model Canvas.





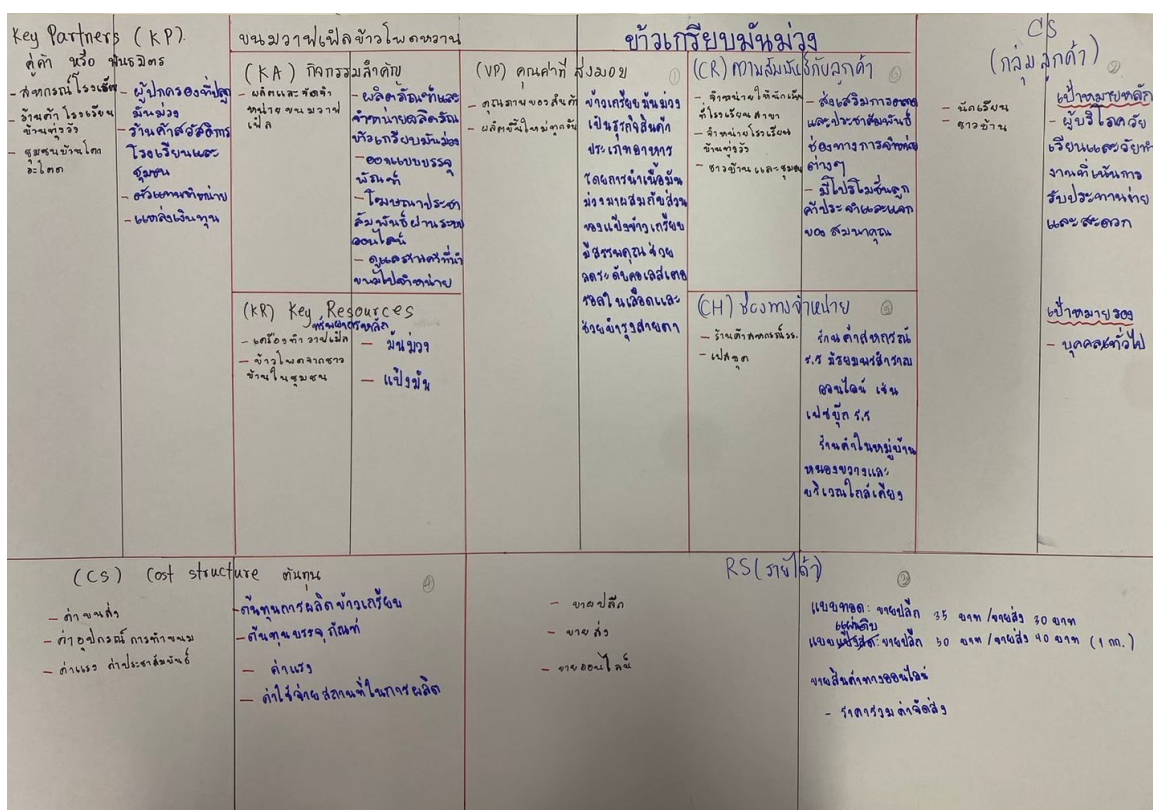
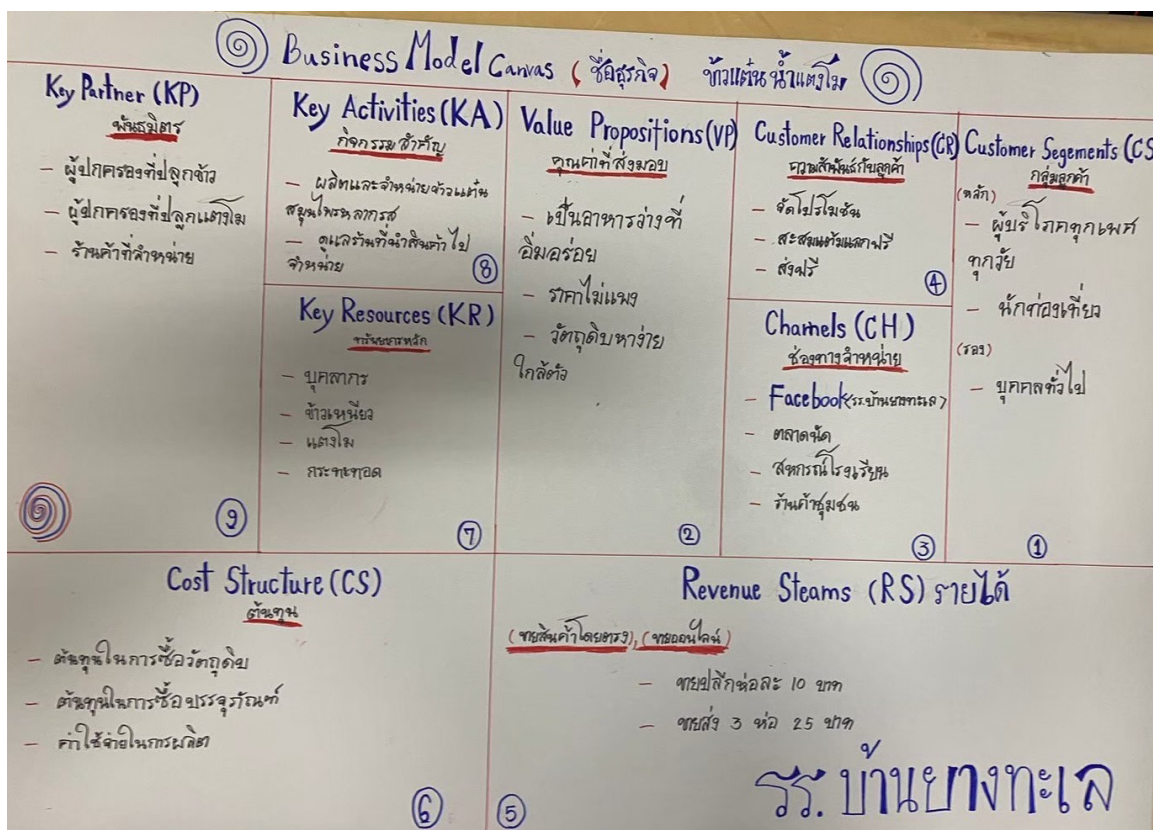
การเขียนแผน Business Model Canvas.

Business Model Canvas. (ชื่อธุรกิจ)....ทองม้วนแป้งกล้วย

HOW		WHAT		WHO
Key Partners (KP) คู่ค้า หรือ พันธมิตร - ผู้ปกครองที่ปลูกกล้วยและสมุนไพรรักษา - ร้านค้าที่รับขนมทองม้วนไปจำหน่าย - ผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์ - ตัวแทนจำหน่าย - แหล่งเงินทุน	Key Activities (KA) กิจกรรมสำคัญ - ผลิตและจำหน่ายขนมทองม้วนแป้งกล้วยหลากหลายรสชาติ - ดูแลร้านที่นำขนมไปจำหน่าย Key Resources (KR) ทรัพยากรหลัก - เทคโนโลยี - วัสดุ/วัตถุดิบที่ใช้ทำขนมทองม้วนแป้งกล้วย - รถขนส่ง - บุคลากร	Value Propositions (VP) คุณค่าที่ส่งมอบ - ทองม้วนกรอบแป้งกล้วยเป็นธุรกิจผลิตสินค้าประเภทอาหาร โดยการนำเอากล้วยมาทำเป็นแป้งกล้วยแล้วนำมาผสมกับขนมใหม่ คุณค่าทางโภชนาการและสรรพคุณทางยาช่วยเคลือบกระเพาะและป้องกันกรดไหลย้อน - ราคามีความคุ้มค่า - วัตถุดิบหาง่ายใกล้ตัว	Customer Relationships (CR) ความสัมพันธ์กับลูกค้า - อำนวยความสะดวกในช่องทางจำหน่าย - ส่งเสริมการตลาด - แจกของสมนาคุณช่วงเทศกาล Channels (CH) ช่องทางจำหน่าย - ออนไลน์ เฟซบุ๊กของขวง banana/ หนองขวงคาเฟ่ - ร้านค้าสวัสดิการโรงงานน้ำตาล/รพ.คูเมือง/รพ.บุรีรัมย์/ร้านค้าส่งใน อ.คูเมือง และใกล้เคียง	Customer Segments (CS) กลุ่มลูกค้า เป้าหมายหลัก - ผู้บริโภคทุกเพศทุกวัยที่ชื่นชอบขนมทองม้วน - ผู้ที่รักสุขภาพ เป้าหมายรอง - บุคคลทั่วไป
Cost Structure (CS) / ต้นทุน - ต้นทุนการผลิตทองม้วน - ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ - ค่าใช้จ่ายในการผลิต - ค่าตอบแทนสังคม - ค่าแรง		Revenue Streams (RS) / รายได้ ขายสินค้าโดยตรง - ขายปลีก 20 บาท/ขายส่ง 17 บาท - ขายปลีก 10 บาท / ขายส่ง 8 บาท - ออกบูธนิทรรศการงานต่างๆ (มีหลายราคา) ขายสินค้าทางออนไลน์		

MONEY

Key Partners (KP) คู่ค้าหรือ พันธมิตร - ร้านตัดผ้าในชุมชน - กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าในชุมชน	Key Activities (KA) กิจกรรมสำคัญ สินค้า handmade เช่น - เข็มกลัดติดเสื้อ - โปสเตอร์ - พวงกุญแจ Key Resources (KR) ทรัพยากรหลัก - ผ้า - จักรเย็บผ้า - อุปกรณ์ตัดเย็บ	ชื่อธุรกิจ <u>เสื้อผ้าห่อหุ้ม</u> Value Propositions (VP) คุณค่าที่ส่งมอบ เป็นเสื้อผ้าที่ใส่จากชุมชน ที่มีการทำด้วยผ้า	Customer Relationships (CR) - การสัมพันธ์กับลูกค้า - สิ่งซื้อ b ชิ้น ชิ้นนี้ - คัดส่งฟรี	Customer Segments (CS) กลุ่มลูกค้า เป้าหมายหลัก - กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในวัยเรียนและวัยทำงานที่นิยมสินค้า handmade เป้าหมายรอง - บุคคลทั่วไป
Cost Structure (CS) / ต้นทุน 10,000 บาท - ผ้า - อุปกรณ์ตัดเย็บ - พวงกุญแจ, เข็มกลัด, กิ๊บ		Revenue Streams (RS) / รายได้ ขายสินค้าโดยตรง 22,500 บาท - ราคาขายปลีกหน่วย ชิ้นละ 45 บาท - พวงกุญแจ ชิ้นละ 20 บาท - โปสเตอร์ ชิ้นละ 25, 35, และ 45 บาท - เข็มกลัดติดเสื้อ ชิ้นละ 25 บาท		



<p>(KP) (คู่ค้า หรือ พันธมิตร)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ชาวบ้านที่ทอดผ้าขาวม้า - ร้านขายของที่ระลึก - ผลิตผ้าขาวม้า / บรรจุผ้าขาวม้า - แหล่งเงินทุน 	<p>(KA) (กิจกรรมสำคัญ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า - จัดการเรื่องการส่งของหลักสู่ผู้บริโภค 	<p>(VP) (คุณค่าที่ส่งมอบ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตผ้าขาวม้าในชุมชน - สืบสานหัตถกรรมท้องถิ่น - ส่งเสริมการเรียนรู้ให้ชาวบ้านได้ระหว่งเรียนรู้ 	<p>(CR) (ความสัมพันธ์กับลูกค้า)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ สะสมแต้ม ▶ ส่งฟรี 	<p>(CS) (เป้าหมายหลัก)</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบผ้าขาวม้า และ ใจดีของผ้าขาวม้าที่ระลึก
	<p>(KR) (ทรัพยากรหลัก)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผ้าขาวม้า - อุปกรณ์ในการทำ - การขนส่ง - แพรงานผลิต 		<p>(CH) (ช่องทางกระจายรายได้)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านค้าส่งท้องถิ่น - เฟจบุ๊กเวียดนาม - ออกบูธในงานเทศกาล 	<p>(เป้าหมายรอง)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขุดลึกลงไป - รักษาของผ้าที่ระลึก
<p>(CS) / ต้นทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ ค่าตอบแทนวิทยากรท้องถิ่น ▶ ค่าวัสดุอุปกรณ์ ▶ ค่าแรงในชุมชน ▶ ค่าขนส่ง ▶ ค่าสาธารณูปโภค ▶ ค่าทุนการศึกษา 		<p>(RS) / รายได้ 💰</p> <p>ขายสินค้าโดยตรง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขายสินค้าทางออนไลน์ ชิ้นละ 150 บาท - ขายปลีกชิ้นละ 150 บาท <p>(ข้อเท็จจริง) ผูกทอดผ้าไทยมาหลายศตวรรษ</p>		

<p>Key Partners (kp) คู่ค้า หรือ พันธมิตร</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ปกครองที่ใส่ใจลูกหลาน และส่งลูกไป - ร้านค้าที่ทำงาน เพื่อเด็กด้วย - ผลิตผ้าขาวม้า - ขายปลีก - ต้นทุนทำผ้าขาวม้า - แหล่งเงินทุน - ร้านค้าออนไลน์ Shopee Lazada Face look Line 	<p>Key Activities (KA) กิจกรรม สำคัญ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิต และ จำหน่าย เสื้อผ้าขาวม้า (ผ้าขาวม้า) - ไรขนาด ปักผ้าส่งให้ถึง จนถึงในร้าน - ไรอ้อม และ face look ไรอ้อม <p>Key Resources (KR) ทรัพยากรหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> - วัสดุ/อุปกรณ์ - บุคลากร 	<p>Value Propositions (vp) คุณค่าที่ส่งมอบ / สิ่งจูงใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นสินค้าที่ปลอดภัยและใส่ใจชุมชน - คุณภาพวัสดุที่ดีที่สุดในชุมชน - ผลิตผ้าขาวม้า - ความใส่ใจและประณีตในกระบวนการผลิต - ผลิตผ้าขาวม้าที่ได้อุดหนุนมากรู้ในผลิตภัณฑ์ - 1 เมื่อบอกถึงจะมีสิ่งของช่วยเหลือ 	<p>Customer Relationships (CR) ความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการขายโปรโมชัน คือ 100 บาท มีกำรสะสมแต้ม - จำนวนความสะอาดของผ้าขาวม้า - Feedback ของลูกค้า ด้วยความชอบ - ส่วนแทนเมื่อให้ผ้าขาวม้า - สิ่งจูงใจที่ผู้ซื้อผ้าขาวม้า <p>Channels (CH) ช่องทางจำหน่าย</p> <ul style="list-style-type: none"> - ทยขายออนไลน์ - ฝากขายทางร้านส่งสินค้าให้โรงเรียน - ไปขายตามการประมวชมอบผ้าขาวม้าที่ราชการ - ซื้อโดยตรงที่โรงเรียน / ไรอ้อมผ้าขาวม้า 	<p>Customer Segments (CS) กลุ่มลูกค้า</p> <p>เป้าหมายหลัก</p> <ul style="list-style-type: none"> - อายุ 20-60 ปี - ผู้ที่รักผ้าขาวม้า <p>เป้าหมายรอง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขุดลึกลงไป - กลุ่มนักเรียนวัดบวรนิเวศวิหาร - กลุ่มคนวัยทำงานและคนรักผ้าขาวม้า
<p>Cost Structure (CS) / ต้นทุน</p> <p>ต้นทุนการผลิต ผ้าขาวม้า (ต้นทุน วัสดุ / ต้นทุนแล้ว)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนเบสิค / ชิ้น - ต้นทุนการบริการจัดการ - ค่าใช้จ่ายทาง การตลาด 		<p>Revenue Streams (RS) รายได้</p> <p>ขายปลีก / ไรอ้อม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขายปลีก ชิ้นละ / 100 บาท 30 บาท - ขายส่ง ชิ้นละ / 100 บาท 25 บาท - ขายปลีก / ชิ้น - ข้อที่เน้นกำไรของผ้า 1 ชิ้น 150 บาท 		

โรงเรียนบ้านหนองขวาง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์เขต 4



ข่าวประชาสัมพันธ์โรงเรียน

วารสาร

ประจำปีการศึกษา 2567

ฉบับที่
14

การจัดตลาดทักษะอาชีพ

วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ.2567 โรงเรียนบ้านหนองขวาง นำโดย นายพงค์ศักดิ์ พุทรา ผู้อำนวยการโรงเรียน พร้อมด้วยครูที่รับผิดชอบทักษะอาชีพ และตัวแทนนักเรียน เข้าร่วมกิจกรรม “การจัดตลาดทักษะอาชีพ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเผยแพร่ผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ” ตามที่สพป.บุรีรัมย์ เขต 4 ได้จัดทำโครงการขึ้น เพื่อพัฒนาการแนะแนวด้านการศึกษาด้านอาชีพ ส่งเสริมให้นักเรียนได้รู้จักและค้นพบตนเอง ตัดสินใจและวางแผนการศึกษาหรือการประกอบอาชีพได้อย่างเหมาะสม หวังประชุมพลอ่า อุกยานการเรียนรู้เพลลาเพลลิน อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



โรงเรียนบ้านหนองขวาง อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์



083-3773-192



ช่อง Youtube



Website

กิจกรรมการนำเสนอผลงาน โรงเรียนเครือข่าย

การอบรมเชิงปฏิบัติ

การส่งเสริมพัฒนาทักษะการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่

ภายใต้
โครงการนวัตกรกิจน้อยมีคุณธรรมนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

วันที่ ๑๓ สิงหาคม ๒๕๖๓
ณ ห้องประชุมพลอรา จุทยานเรียนรู้พลาเพลิน
อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์ เขต ๔

นายชวลิต อนุอรัญ
ผ.อ. สพ.ป. บ.5.4

นายอลองนัต บุรีรัมย์
ร.น. ผ.อ. สพ.ป. บ.5.4

นายสนิท เกียรติ
ผ.อ. กลุ่มนิเทศ ติดตาม และประเมินผลการจัดการศึกษา





กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์











รายงานโครงการศูนย์แกนนำ เครือข่ายนักธุรกิจน้อย มีคุณธรรม นำสู่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เครือข่ายโรงเรียนบ้านหนองขวาง



โรงเรียนบ้านหนองขวาง
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์ เขต 4
กระทรวงศึกษาธิการ