



ที่ สก ๐๐๑๙/ว ๐๐๓๓

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสระแก้ว
ถนนสุวรรณศร สก ๒๗๐๐๐

๑๖ สิงหาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอส่งรายละเอียดแนวทางการดำเนินงานโครงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) ให้มีคุณภาพมาตรฐาน กิจกรรมที่ ๑ พัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก

เรียน พัฒนาการอำเภอวัฒนานคร พัฒนาการอำเภอวังน้ำเย็น พัฒนาการอำเภอตาพระยา
พัฒนาการอำเภอคลองหาด พัฒนาการอำเภอโคกสูง

อ้างถึง หนังสือจังหวัดสระแก้ว ด่วนที่สุด ที่ สก ๐๐๑๙/ว ๓๔๘๙ ลงวันที่ ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๖๔

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แนวทางการดำเนินงาน จำนวน ๑ ชุด
๒. คู่มือระบบบริหารโครงการฯ จำนวน ๑ ชุด

ตามหนังสือที่อ้างถึง จังหวัดสระแก้วแจ้งให้อำเภอดำเนินการทบทวนรายชื่อกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) ให้มีคุณภาพมาตรฐาน กิจกรรมที่ ๑ พัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก และกรมการพัฒนาชุมชนได้จ้างมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมดังกล่าวฯ ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น

ในการนี้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้จัดส่งรายละเอียดแนวทางการดำเนินงาน และคู่มือระบบบริหารโครงการฯ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการชี้แจงการดำเนินงาน ในแต่ละกระบวนการให้กับกลุ่มเป้าหมายรับทราบข้อมูล และให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ ต่อไป รายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณาดำเนินการ

ขอแสดงความนับถือ

(นายถวิล ยี่สู้นแสง)
พัฒนาการจังหวัดสระแก้ว

กลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน

โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๓๗๔๒-๕๐๕๗-๘

เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้
ภายในปี ๒๕๖๕



Change for Good



แนวทางการดำเนินงาน

ชื่อโครงการ	โครงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) ให้มีคุณภาพมาตรฐาน กิจกรรมที่ ๑ พัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก
กลุ่มเป้าหมาย	ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) จำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม
ระยะเวลาดำเนินการ	จำนวน ๑๕๐ วัน (๑๔ กรกฎาคม - ๑๑ ธันวาคม ๒๕๖๔)
วัตถุประสงค์	<p>๑. เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ให้มีความรู้ในด้านการตลาด การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกฎเกณฑ์ การสร้างแบรนด์ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มเข้าสู่ระบบตลาดได้</p> <p>๒. เพื่อพัฒนาระดับคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) ให้มีคุณภาพและศักยภาพทางการตลาดเพิ่มขึ้น</p>
กิจกรรมสำคัญ	<p>๑. ประสานกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม</p> <p>๒. กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม จัดส่งผลิตภัณฑ์ก่อนเข้ารับการพัฒนา จำนวน ๑ ผลิตภัณฑ์/ราย</p> <p>๓. จัดทำฐานข้อมูลกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม</p> <p>๔. ออกแบบหลักสูตรสื่อการเรียน-สอน จำนวน ๑๔ หลักสูตร</p> <p>๕. จัดกิจกรรม KICK OFF ชี้แจงการดำเนินงานโครงการฯ (ออนไลน์)</p> <p>กลุ่มเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - คณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง - เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีกลุ่มเป้าหมาย - คณะผู้รับจ้าง <p>๖. จัดกิจกรรม MEETING GROUP (ออฟไลน์) เพื่อจัดกลุ่มการพัฒนาโดยแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ ๙๐% จำนวน ๔๒๗ ผลิตภัณฑ์ และ ๑๐% จำนวน ๔๘ ผลิตภัณฑ์เบื้องต้น นำเสนอแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกฎเกณฑ์ ให้ตอบโจทย์ตลาดสำหรับกลุ่ม ๑๐% จำนวน ๔๘ ผลิตภัณฑ์ ก่อนกิจกรรม BUSINESS MATCHING เพื่อให้ทางผู้เชี่ยวชาญ สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกฎเกณฑ์เบื้องต้น และเตรียมความพร้อมและสรุปหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเพื่อจัดกลุ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ก่อนการจัดกิจกรรมคัดเลือกเพื่อจัดกลุ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์</p> <p>กลุ่มเป้าหมาย</p> <ul style="list-style-type: none"> - เจ้าหน้าที่การตลาดและการตลาดออนไลน์ ได้แก่ KING POWER,ไอคอนสยาม,เทพ SHOP,PRICEZA - คณะผู้รับจ้าง <p>๗. จัดคณะผู้เชี่ยวชาญเพื่อดำเนินการให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุกฎเกณฑ์ โดยแบ่งเป็นรายจังหวัด และให้คำปรึกษา ๑๕-๒๐ ราย/๑ ผู้เชี่ยวชาญ</p> <p>๘. จัดอบรมให้ความรู้โดยนำเสนอเป็นรูปแบบสื่อการเรียน-การสอน จำนวน ๑๔ หลักสูตร ระยะเวลา ๑๔ ชั่วโมง ๓๐ นาที โดยสามารถเข้าเรียนผ่าน LINE@ tamdeemark (ออนไลน์)</p> <p>หลักสูตรสื่อการเรียน-การสอน</p> <p>ด้านการตลาด ส่งเสริมการขายผ่านช่องทางตลาดออนไลน์</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ยุคโควิดค้าขายแบบไหนรุ่ง จำนวน ๖๐ นาที ๒. ชี้อ่งรวยด้วยออนไลน์ จำนวน ๖๐ นาที ๓. ขายงานผ่าน LINE OA จำนวน ๙๐ นาที ๔. ปั่นยอดขายด้วยภาพถ่ายสุดปัง จำนวน ๓๐ นาที ๕. โพสต์ง่ายๆให้ขายดี จำนวน ๓๐ นาที ๖. แปลงร่างสร้างแบรนด์ จำนวน ๖๐ นาที

๗. สร้างตัวตนแบบคนออนไลน์ จำนวน ๔๐ นาที

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

๘. พลิกโฉม เพิ่มแนวคิดเปลี่ยนชีวิตผลิตภัณฑ์ จำนวน ๔๐ นาที

๙. ต่อยอดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้วยการตลาดนำการผลิต จำนวน ๖๐ นาที

๑๐. มาตรฐานควรรู้ควับคู่ OTOP จำนวน ๓๐ นาที

ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการขาย

๑๑. สร้างตัวตนให้อยู่บนบรรจุภัณฑ์ จำนวน ๔๐ นาที

๑๒. บรรจุภัณฑ์สวยก็รวยแล้ว จำนวน ๔๐ นาที

๑๓. บรรจุภัณฑ์ยุคใหม่โดนใจลูกค้า จำนวน ๖๐ นาที

๑๔. ๑๒ ราศีขายดีควรมีอะไร จำนวน ๓๐ นาที

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม

- เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีกลุ่มเป้าหมาย

๙. ร่วมวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนา ผ่านการ VDO CALL (ออนไลน์)

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม

- คณะผู้รับจ้าง

๑๐. จัดกิจกรรมคัดเลือกเพื่อจัดกลุ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ โดยร่วมพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ จำนวน ๔๗๕ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีการจัดทำหลักเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อจัดกลุ่มการพัฒนาโดยแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ ๕๐% จำนวน ๔๒๗ ผลิตภัณฑ์ และ ๑๐% จำนวน ๔๘ ผลิตภัณฑ์ (ออฟไลน์)

กลุ่มเป้าหมาย

- คณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง

- คณะผู้รับจ้าง

๑๑. ให้คำปรึกษาเพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์เบื้องต้น จำนวน ๔๒๗ ราย/กลุ่ม ผ่านการ VDO CALL (ออนไลน์)

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๒๗ ราย/กลุ่ม

- คณะผู้รับจ้าง

๑๒. ออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ จำนวน ๓ แบบ สำหรับกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์เบื้องต้น จำนวน ๔๒๗ ผลิตภัณฑ์ และนำแบบร่างอัปโหลดลงระบบ tamdeemark เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเลือกจำนวน ๑ แบบ (ออนไลน์)

๑๓. ออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ หรือแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่นๆ จำนวน ๓ แบบ สำหรับกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์เบื้องต้น จำนวน ๔๒๗ ผลิตภัณฑ์ และนำแบบร่างอัปโหลดลงระบบ tamdeemark เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเลือกจำนวน ๑ แบบ (ออนไลน์)

๑๔. ให้คำปรึกษาเพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ จำนวน ๔๘ ผลิตภัณฑ์ ผ่านการ VDO CALL (ออนไลน์)

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๘ ราย/กลุ่ม

- คณะผู้รับจ้าง

๑๕. จัดกิจกรรม Business Matching (ออนไลน์) ผ่านระบบ ZOOM โดยจัดทำ PRODUCT PROFILE รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ควรทราบ นำเสนอเพื่อร่วมรับฟังแนวทางและแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ให้ตอบโจทย์กับตลาดในยุคปัจจุบัน

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๘ ราย/กลุ่ม

- เจ้าหน้าที่การตลาดและการตลาดออนไลน์ ได้แก่ KING POWER,ไอคอนสยาม,เทพ SHOP,PRICEZA

- คณะผู้รับจ้าง

๑๖. จัดกิจกรรมให้คำปรึกษาแนะนำ (ออนไลน์) เกี่ยวกับระบบมาตรฐานและการควบคุมคุณภาพการผลิตของผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานและความเข้าใจของความสำเร็จ ในเรื่องการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ่านระบบ ZOOM (ออนไลน์)

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๘ ราย/กลุ่ม
- คณะผู้รับจ้าง

๑๗. ออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ จำนวน ๓ แบบ สำหรับกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์เบื้องต้น จำนวน ๔๘ ผลิตภัณฑ์ และนำแบบร่างอัปโหลดลงระบบ tamdeemark เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเลือกจำนวน ๑ แบบ (ออนไลน์)

๑๘. ออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ หรือแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่นๆ จำนวน ๓ แบบ สำหรับกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์เบื้องต้น จำนวน ๔๘ ผลิตภัณฑ์ และนำแบบร่างอัปโหลดลงระบบ tamdeemark เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเลือกจำนวน ๑ แบบ (ออนไลน์)

๑๙. นำเสนอผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ หรือแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่นๆ จำนวน ๔๗๕ รายๆละ ๓ แบบ ผ่าน LINE@ tamdeemark เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม คัดเลือก ๑ แบบ โดยสามารถแก้ไขได้จำนวน ๑ ครั้ง หลังจากกลุ่มเป้าหมายได้คัดเลือก ๑ แบบเรียบร้อยแล้ว จากนั้นเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีกลุ่มเป้าหมายทำการยืนยันแบบที่กลุ่มเป้าหมายเลือก เพื่อเตรียมจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ หรือแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่นๆ (ออนไลน์)

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม
- เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีกลุ่มเป้าหมาย

๒๐. ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์ใหม่) ร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๔๗๕ ผลิตภัณฑ์ๆละ ๑๐ ชิ้น และให้กลุ่มเป้าหมายจัดส่งผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์ใหม่) มายังคณะผู้รับจ้างเพื่อให้คณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับต้นแบบ และทำใบยืนยันการส่งมอบให้แก่คณะกรรมการตรวจรับงานจ้างและเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม
- คณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง
- เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีกลุ่มเป้าหมาย

หมายเหตุ : การจัดส่งผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์ใหม่) มายังคณะผู้รับจ้างเพื่อบริหารจัดการกระบวนการทดสอบตลาดออนไลน์ หลังจากดำเนินการเสร็จสิ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์ใหม่) ของกลุ่มใดคงเหลือ คณะผู้รับจ้างจะดำเนินการจัดส่งคืนให้แก่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมายนั้นๆ

๒๑. ดำเนินการผลิตบรรจุภัณฑ์ หรือแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่น ๆ จำนวน ๔๗๕ ราย ในกรณีเป็นบรรจุภัณฑ์ผลิต ๔๐๐ ชิ้น/ผลิตภัณฑ์ และในกรณีเป็นแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่น ๆ ผลิต ๑,๐๐๐ ชิ้น/ผลิตภัณฑ์ และให้คณะกรรมการตรวจรับได้ตรวจรับต้นแบบบรรจุภัณฑ์ หรือแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่น ๆ และทำใบยืนยันการส่งมอบให้แก่คณะกรรมการตรวจรับงานจ้างและเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม
- คณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง
- เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีกลุ่มเป้าหมาย

หมายเหตุ : การจัดเก็บต้นแบบบรรจุภัณฑ์ หรือแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่น ๆ ไว้กับคณะผู้รับจ้างเพื่อบริหารจัดการกระบวนการทดสอบตลาดออนไลน์ หลังจากดำเนินการเสร็จสิ้นสำหรับต้นแบบบรรจุภัณฑ์ หรือแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่น ๆ ของกลุ่มใดคงเหลือ คณะผู้รับจ้างจะดำเนินการจัดส่งคืนให้แก่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์กลุ่มเป้าหมายนั้นๆ

โดยผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์ใหม่) และบรรจุภัณฑ์ หรือแท็ก หรือสายคาด หรือสติ๊กเกอร์ หรือตราสินค้า หรืออื่น ๆ มีมูลค่ารวมกันไม่ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท

๒๒. จัดกิจกรรมทดสอบตลาด (ออนไลน์) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๔๗๕ ผลิตภัณฑ์ ระยะเวลา ๑๕ วัน ผ่านแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ ๔ ช่องทาง คือ Facebook Fanpage, Shopee, LINE Myshop, INSTAGRAM OFFICIAL

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๗๕ ราย/กลุ่ม
- คณะผู้รับจ้าง

๒๓. จัดกิจกรรมทดสอบตลาด (ออฟไลน์) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ ผลิตภัณฑ์โดดเด่น มีโอกาสเข้าสู่ช่องทางการตลาดที่หลากหลาย จำนวน ๑ ครั้ง ระยะเวลา ๓ วัน จำนวน ๔๘ ผลิตภัณฑ์ ณ เซ็นทรัลพลาซ่า ปิ่นเกล้า ภายใต้ธีมงาน “มีติมาร์เก็ต” โดยมีโซนและกิจกรรมภายในงาน ดังนี้

- โซน “ของดี มีให้ช้อป” รวมสินค้า ของใช้ ของตกแต่งบ้าน ของที่ระลึกสินค้าที่ได้รับความนิยม คัดสรรของดีมาให้ช้อปภายในงาน

- โซน “มีติ ที่มีมือ” จัดแสดงกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาทั้ง ๔๘ ผลิตภัณฑ์ นำเสนอเป็น LANDMARK ภายใต้แนวคิด “GETTING BIGGER จากสิ่งเล็กๆ ก้าวทะยานสู่ความยิ่งใหญ่” พร้อมเช็นด์ผ่าน “ข้าง” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นไทย ความยิ่งใหญ่ ความสำเร็จ และโชคกลาง ภายใต้รูปแบบและสีสันทันสมัยตา ให้ผู้ที่เข้าชมงานสามารถเลือกชมผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนา และถ่ายรูปเซลฟี่ได้อย่างจุใจ

- กิจกรรมแถลงความสำเร็จของโครงการ และกิมมิคพีธีเปิด
- กิจกรรมคัดเลือกผลิตภัณฑ์ “Queen of D”
- กิจกรรม “Let get talk” แลกเปลี่ยนแนวคิดเทรนด์การแต่งบ้านสไตล์ดารา
- กิจกรรมไลฟ์สดประชาสัมพันธ์งาน
- การแสดงโพล์คของซับกัลอมภายในงาน

กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มเป้าหมายจำนวน ๔๘ ราย/กลุ่ม
- คณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง
- คณะผู้รับจ้าง

๒๔. จัดทำรายงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ก่อน - หลังดำเนินการพัฒนา) จำนวน ๔๗๕ ผลิตภัณฑ์

๒๕. จัดทำข้อมูลผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์ใหม่) จำนวน ๔๗๕ ผลิตภัณฑ์

๒๖. จัดกิจกรรมประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ออฟไลน์) เพื่อประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยผ่านเกณฑ์ตัวชี้วัดอย่างน้อย ๔ ใน ๖ ข้อ และทุกผลิตภัณฑ์ต้องผ่านเกณฑ์ ข้อ ๒

กลุ่มเป้าหมาย

- คณะกรรมการตรวจรับงานจ้าง
- คณะผู้รับจ้าง

๒๗. สรุปรายงานผลการดำเนินงานเป็นเอกสารสี จำนวน ๒ ชุด

ข้อเสนอพิเศษเพิ่มเติม

เผยแพร่และประชาสัมพันธ์โครงการฯ โดยแบ่งออกเป็น ๓ ระยะ คือ

ระยะที่ ๑

เปิดตัวโครงการ และหลักสูตรการอบรม สร้างการรับรู้

ระยะที่ ๒

ตามติดความคืบหน้าโครงการฯ

ระยะที่ ๓

ประกาศความสำเร็จโครงการฯ

หน่วยงานที่ปรึกษา

ผู้ประสานงานและหมายเลขโทรศัพท์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

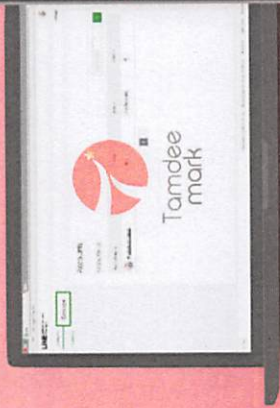
นายปรีชาญ ไทยเจริญ โทรศัพท์ ๐๙๓-๔๒๐-๓๓๓๕

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๒

ระบบบริหารโครงการ



LINE Official Account




Tamdeemark
ระบบบริหาร และติดตามงาน
เชื่อมต่อ บริหารงานโครงการง่าย
ผ่านระบบ **Line OA**





บริหารงาน ผ่าน **Tamdeemark**
เชื่อมโยงทีมเข้าหากันง่ายขึ้นด้วย **LINE OA**



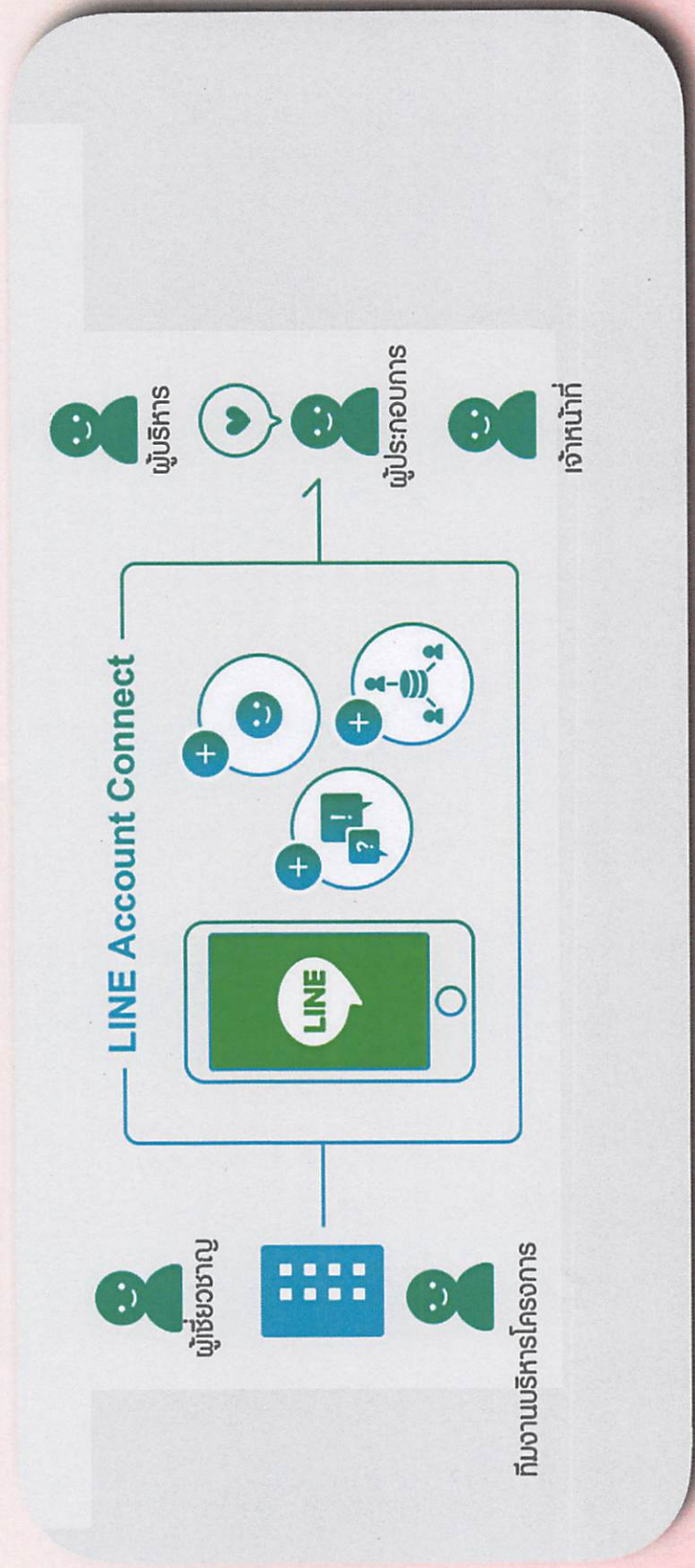
LINE ADD FRIEND

@TAMDEEMARK



บริการงานผ่าน Tamdeemark

เชื่อมโยงทีมเข้ากับโดย Line OA



ทำไม่ต้อง Tamdeemark Line OA

อนุมัติงานง่าย

!! แคกด

อนุมัติ “บรรจุภัณฑ์”
และ “ผลิตภัณฑ์” ง่าย
เพียงแคกดยืนยันจากเมนู

!! แชร์ข้อมูลเรียลไทม์

!! แชร์ข้อมูลร่วมกัน
!! แสดงผล เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูล



Tamdee
mark



ใช้งานง่าย

ใช้ผ่าน Line OA
กว่า 47 ล้านคนเคยใช้งาน

เพิ่มประสิทธิภาพ

ลดการสูญหายเอกสาร
ลดขั้นตอน เวลาทำงาน

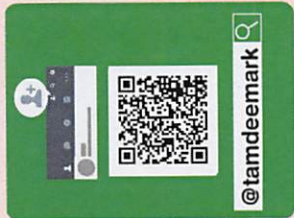


ขั้นตอนการดำเนินการ

Tamdeemark Line OA



เปิดแอป Line

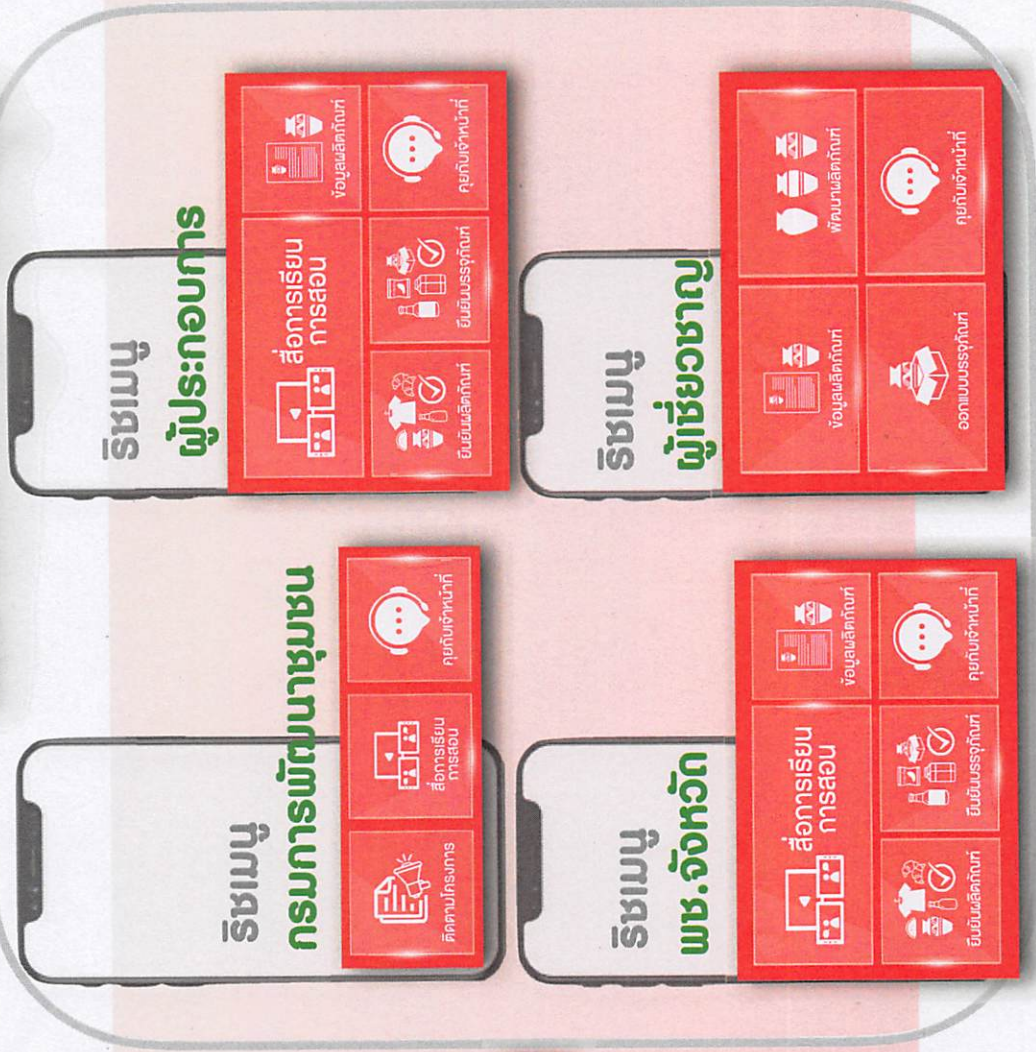


กดเพิ่มเพื่อน



ใส่ "เบอร์โทรศัพท์" กดปุ่ม "เชื่อมต่อ"
ที่แจ้งไว้กับโครงการ

แสดงริชเมนูตามกลุ่ม



การผลิตภัณฑท์ & บรรจุภัณฑท์

การยื่นยื่นเลือก

ผู้ประกอบการยื่นงาน
บรรจุภัณฑท์ และผลิตภัณฑท์

จากแบบที่เสนอโดยผู้ช่วยขาย

เข้าใจง่าย กดยเลือก
และยื่นยื่นได้เลย



แบบที่ 2
แนวคิดการพัฒนา
ร้านนี้ มี 2 สี และ 2 ขนาด ส่วนนี้เป็นส่วนประกอบ
ของรองเท้า

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์
สีที่สว่างและสบายตา ให้ความรู้สึกเหมือนเดินบนเมฆ

วัสดุที่ใช้
ใช้วัสดุที่ทนทาน สบาย สัมผัสเย็น

ดูรายละเอียด
เลือกรางานี้

แบบที่ 3
แนวคิดการพัฒนา
ร้านนี้ เป็นรองเท้าที่ออกแบบและผลิตมา
เพื่อใช้สำหรับออกกำลังกายและเดินป่า

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์
มีคุณสมบัติทนทานดี ให้ความรู้สึกเหมือนเดินบนเมฆ

วัสดุที่ใช้
ใช้วัสดุที่ทนทานดี ให้ความรู้สึกเหมือนเดินบนเมฆ

ดูรายละเอียด
เลือกรางานี้

วิธีการ “ยืนยันผลิตภัณฑ์ & BRJจุดกั้นที่”



คู่มือ สื่อการเรียนรู้การสอน

แบ่งเนื้อหาตามหมวดหมู่

แบบประเมินก่อน-หลังเรียน

ดาวน์โหลดเอกสาร

ส่งคำถาม ข้อเสนอ



ผู้บริหารโครงการ “ตรวจสอบสถานะ” การเรียนรู้ได้

“สื่อการเรียนการสอน” ดูดีโอ



กดดูวิดีโอที่ต้องการ

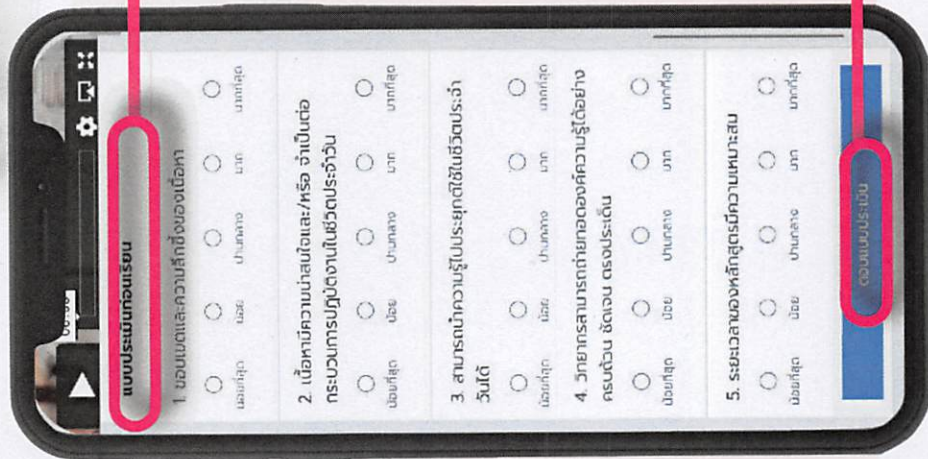
“สื่อการเรียนรู้แบบออนไลน์” ดูวิดีโอ



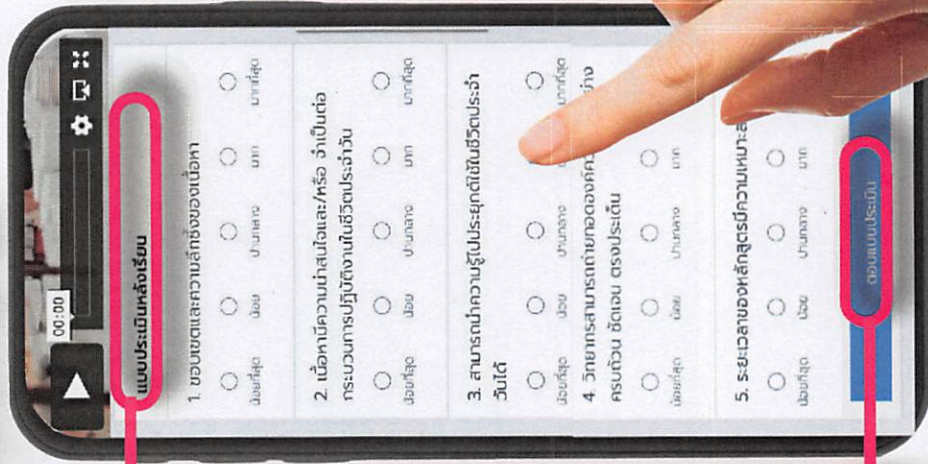
แสดงสถานะ:
การดูวิดีโอ
การทำแบบประเมิน

ดาวน์โหลดเอกสาร
ประกอบการเรียน

“สื่อการเรียนรู้การสอน” ดูจกัโ

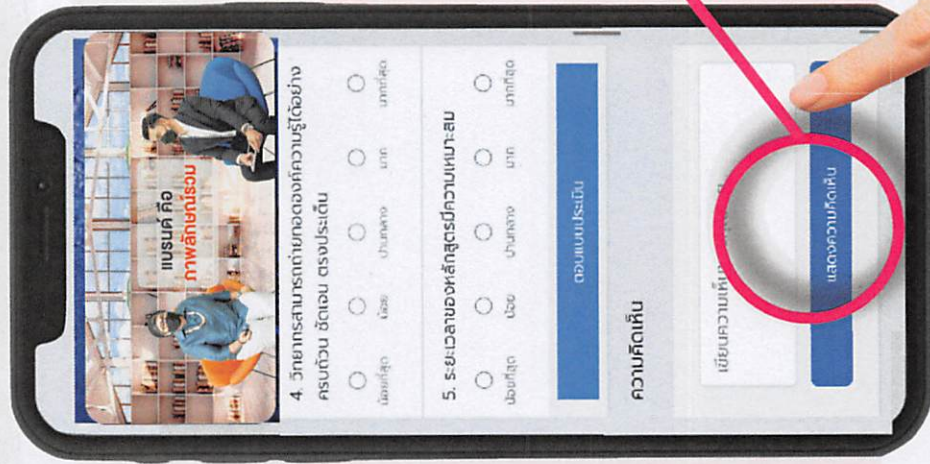


ทำแบบประเมินก่อน-หลังการเรียน



กดส่งแบบประเมิน

“สื่อการเรียนการสอน” ดูจกใจ



ส่งคำถาม/ข้อความ
เกี่ยวกับบทเรียน

ตรวจสอบ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์

✓ ใช้ความถูกต้อง
รายละเอียด ข้อมูล
ของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการตรวจสอบได้ด้วยตนเอง

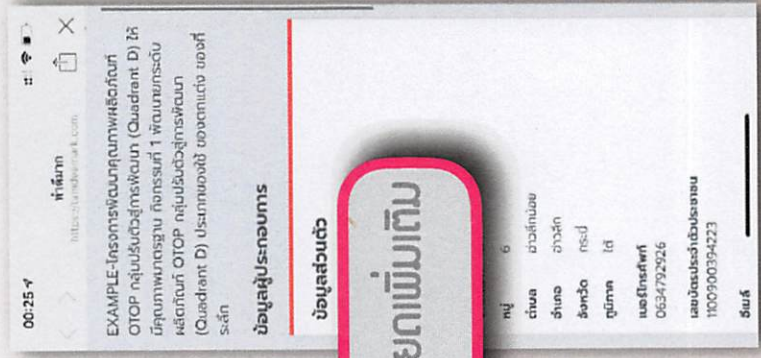
ลดการผิดพลาด





กด “ข้อมูลผลิตภัณฑ์”

กดเพื่อดูรายละเอียดเพิ่มเติม



ข้อมูลผลิตภัณฑ์

พูดคุย

ติดต่อสอบถาม

ติดต่อสอบถาม ประสานงาน
กับแอดมินโครงการ

ตอบข้อสงสัย

ส่งข้อความ

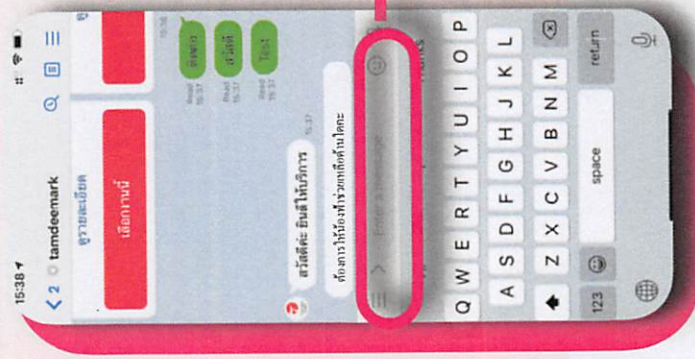


ติดต่อสอบถาม

ตอบข้อสงสัย ติดต่อ ประสานงาน



กด “คุยกับเจ้าหน้าที่”
ส่งข้อความหาเจ้าหน้าที่



ส่งข้อความหาเจ้าหน้าที่