

รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานยุทธศาสตร์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ผนวก University as a Market Place)

2564
ต.ค.-ธ.ค.

สิ่งที่ดำเนินงานไปแล้ว

1. กิจกรรมคัดเลือกผู้ประกอบการ 14 ผลิตภัณฑ์ และผู้จัดการผลิตภัณฑ์และทีม
2. กิจกรรมอบรมแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์แก่ผู้จัดการผลิตภัณฑ์และคณะกรรมการ
3. ดำเนินการประชุมชี้แจงแนวทางการดำเนินโครงการแก่คณะกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้ง 14 ผลิตภัณฑ์
4. PM และกรรมการดำเนินการสรุปโจทย์ และจัดทำ Project Brief
6. PM และกรรมการดำเนินการเรื่องบันทึกความร่วมมือ (MOU)

แผนการดำเนินงานเดือนมีนาคม

7. PM และทีมดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระยะที่ 1
8. กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ คณะกรรมการดำเนินโครงการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ (แผนธุรกิจ) ครั้งที่ 1
9. การติดตามผลการดำเนินงานฯ ปีงบประมาณ 2564 ครั้งที่ 1

2565
เม.ย.-มิ.ย.

แผนการดำเนินงาน

1. จัดอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการด้านแผนธุรกิจ การตลาดออนไลน์ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (การตลาด online /offline) ครั้งที่ 3
2. PM รายงานความก้าวหน้าการทำงาน ระยะ 2 (ต้น ส.ค.)
3. PM และทีม 12 ผลิตภัณฑ์ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ
4. สรุปผลการดำเนินงาน
5. การจัดทำสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์
6. Showcase
7. การติดตามผลการดำเนินงานฯ ปีงบประมาณ 2564 ครั้งที่ 2

เป้าหมายของโครงการ 2565

ผลลัพธ์

สิ่งที่ดำเนินงานไปแล้ว

1. รวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชน ย้อนหลัง 3 ปี จาก พช. จังหวัดปทุมธานี และพช. จังหวัดสระแก้ว
2. คัดกรองและสรุปข้อมูลเบื้องต้นของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดปทุมธานีและสระแก้ว เพื่อเตรียมประชุมและลงพื้นที่
3. ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลผลิตภัณฑ์กับผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี และสระแก้ว

ม.ค.-มี.ค.
2565

แผนการดำเนินงาน

1. กิจกรรมจัดประกวดผลงานด้านแผนธุรกิจของนักศึกษาที่เกิดจากการพัฒนา
2. PM รายงานความก้าวหน้าการทำงาน ระยะ 1 (ต้นมิถุนายน)
3. PM และทีมดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 2 (มิ.ย. - ก.ค.)
4. กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ คณะกรรมการดำเนินโครงการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ (มาตรฐานผลิตภัณฑ์) ครั้งที่ 2

ก.ค.-ก.ย.
2565

ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (หน่วยนับ)	เป้าหมาย (ผล)
ตัวชี้วัดเป้าหมายโครงการ		
๑. องค์ความรู้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ องค์ความรู้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ และ/หรือองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม และ/หรือองค์ความรู้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์	๑
๒. คู่มือที่เกิดจากการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการ	เล่ม	๑
๓. ผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนา	ราย	๑
๔. จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์	คน	ไม่น้อยกว่า ๔ คน
๕. เรื่องเล่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และสื่อการรับรู้	ชิ้น	๑
๖. การจัดแสดงสินค้า (showcase) ที่สาธารณะเพื่อสร้างยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์	ชิ้น	๑. สินค้าราคาสูงกว่า ๕๐๐ บาท จำนวน ๒๐ ชิ้น ๒. สินค้าราคาต่ำกว่า ๕๐๐ บาท จำนวน ๓๐ ชิ้น
ตัวชี้วัดผลลัพธ์		
๑. ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	ร้อยละ	๑๐๐

รายงานการเบิกจ่ายงบประมาณยุทธศาสตร์ประจำปี พ.ศ. 2565

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ผนวก University as a Market Place)

รายงานการเบิกจ่ายโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

งบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,000,000 บาท

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 1 (ต.ค.-ธ.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 22,980 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.77

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 2 (ม.ค.-มี.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 16,235 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.54

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 3 (เม.ย.-มิ.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

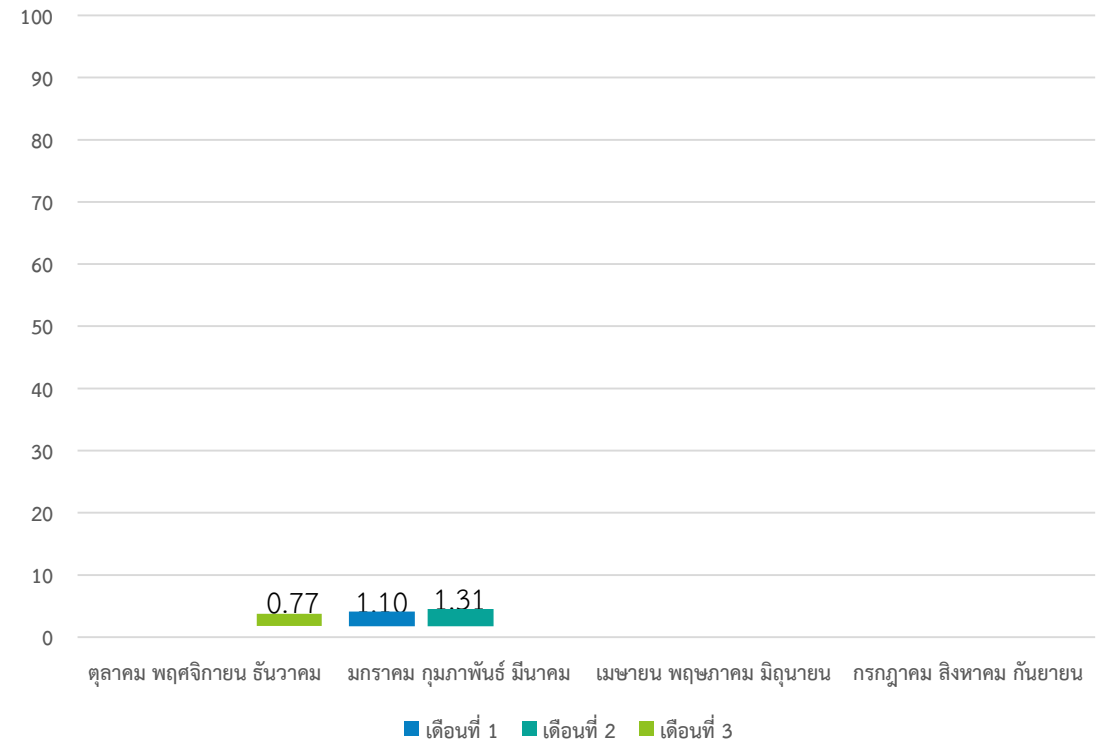
งบประมาณที่ใช้ไปทั้งสิ้น 39,215 บาท (คิดเป็นร้อยละ 1.31)

งบประมาณคงเหลือ 2,960,785 บาท (คิดเป็นร้อยละ 98.69)

รายงานการเบิกจ่ายเฉพาะ เดือนกุมภาพันธ์ 2565

งบประมาณที่ใช้ 6,750 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.23

ผลการใช้จ่ายงบประมาณ (ร้อยละ)



รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานยุทธศาสตร์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

โครงการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม (Startup)

2564

ต.ค.-ธ.ค.

สิ่งที่ดำเนินการไปแล้ว

1. เตรียมจัดการอบรม Digital Marketing และทักษะความเป็นผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาอาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย
2. ประชาสัมพันธ์ รับสมัคร Startup
3. กิจกรรมอบรมการพัฒนา soft skill ให้แก่นักศึกษา ในหัวข้อ Creative Thinking, Design Thinking, Community Marketing, Storytelling, Comparative Thinking, แผนธุรกิจชุมชน (ม.ค. - ก.พ.) ร่วมกับกองพัฒนาฯ

แผนการดำเนินงาน

4. การบ่มเพาะการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมสร้างแพลตฟอร์มหลักสูตรออนไลน์ และการจัด Workshop Training บ่มเพาะ Startup ให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษา

สิ่งที่ดำเนินการไปแล้ว

1. จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินโครงการ
2. ดำเนินการจัดประชุมคณะกรรมการดำเนินโครงการ เพื่อวางแผนการดำเนินโครงการ
3. อบรมวิศวกรสังคมให้แก่อาจารย์ มรภ.วไลยอลงกรณ์ ร่วมกับกองพัฒนาฯ
2. อบรมพัฒนาศักยภาพนักศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น “วิศวกรสังคม” ร่วมกับกองพัฒนาฯ

ม.ค.-มี.ค.

2565

แผนการดำเนินงาน

1. การนำเสนอ (Pitching) แผนธุรกิจ และคัดเลือก 25 ทีมเพื่อทดลองตลาด ได้รับเงินทีมละ 15,000 บาท
2. Startup 25 ทีม เข้าศึกษาดูงานผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในชุมชน และระดับชาติ
3. Startup 25 ทีม ทดลองประกอบธุรกิจจริง (กลางเม.ย. - มิ.ย.)
4. การนำเสนอ (Pitching) พร้อมแต่งตั้งกรรมการลงพื้นที่ติดตามติดตามประเมินผลการดำเนินงานทั้ง 25 ทีม

2565

เม.ย.-มิ.ย.

แผนการดำเนินงาน

1. การนำเสนอ (Pitching) การ นำเสนอผลการประกอบธุรกิจของนักศึกษา (25 ทีม จำนวน 2 วัน)
2. ถอดบทเรียนจากการดำเนินกิจกรรมประกอบธุรกิจ
3. จัดนิทรรศการ Showcase จากผลผลิตของการประกอบธุรกิจ
4. จัดทำสื่อวีดิทัศน์ และเรื่องเล่าความสำเร็จเพื่อสร้างการรับรู้

ก.ค.-ก.ย.

2565

ตัวชี้วัด

จำนวนวิศวกรสังคม ผู้ประกอบการใหม่ ฝึกหัด (Startup) ที่เกิดจากการบ่มเพาะของมหาวิทยาลัย จำนวน 5 ราย

รายงานการเบิกจ่ายงบประมาณยุทธศาสตร์ประจำปี พ.ศ. 2565

โครงการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม (Startup)

รายงานการเบิกจ่ายโครงการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม (Startup)

งบประมาณที่ได้รับจัดสรร 1,500,000 บาท

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 1 (ต.ค.-ธ.ค.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 2 (ม.ค.-มี.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 18,120 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.21

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 3 (เม.ย.-มิ.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

งบประมาณที่ใช้ไปทั้งสิ้น 18,120 บาท (คิดเป็นร้อยละ 1.21)

งบประมาณคงเหลือ 1,481,880 บาท (คิดเป็นร้อยละ 98.79)

รายงานการเบิกจ่ายเฉพาะ เดือนกุมภาพันธ์ 2565

งบประมาณที่ใช้ 2,400 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.16

ผลการใช้จ่ายงบประมาณ (ร้อยละ)

