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

2565

เม.ย.-มิ.ย.

แผนการดำเนินงานเดือนกุมภาพันธ์

5. กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบ คณะกรรมการดำเนินโครงการ และอาจารย์พัฒนาผลิตภัณฑ์ (แผนธุรกิจ) ครั้งที่ 1
6. PM และกรรมการดำเนินการเรื่องบันทึกความร่วมมือ (MOU)
7. การติดตามผลการดำเนินงานฯ ปีงบประมาณ 2564 ครั้งที่ 1

แผนการดำเนินงาน

1. จัดอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบการด้านแผนธุรกิจการตลาดออนไลน์ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (การตลาด online /offline) ครั้งที่ 3
2. PM รายงานความก้าวหน้าการทำงาน ระยะ 2 (ต้น ส.ค.)
3. PM และทีม 12 ผลิตภัณฑ์ถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการ
4. สรุปผลการดำเนินงาน
5. การจัดทำสื่อวีดีทัศน์ประชาสัมพันธ์
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. ลงพื้นที่สำรวข้อมูลผลิตภัณฑ์กับผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี และสระแก้ว

ม.ค.-มี.ค.

2565

แผนการดำเนินงาน

1. PM และทีมดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระยะที่ 1 (เม.ย. – พ.ค.)
2. กิจกรรมจัดประกวดผลงานด้านแผนธุรกิจของนักศึกษาที่เกิดจากการพัฒนา
3. PM รายงานความก้าวหน้าการทำงาน ระยะ 1 (ต้นมิถุนายน)
4. PM และทีมดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 2 (มิ.ย. – ก.ค.)
5. กิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะผู้ประกอบ 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) สู่สาธารณะเพื่อสร้างยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์	ชิ้น	๑. สินค้าราคาสูงกว่า ๕๐๐ บาท จำนวน ๒๐ ชิ้น ๒. สินค้าราคาต่ำกว่า ๕๐๐ บาท จำนวน ๓๐ ชิ้น
ตัวชี้วัดผลลัพธ์		
๑. ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา	ร้อยละ	๑๐

รายงานการเบิกจ่ายงบยุทธศาสตร์ประจำปี พ.ศ. 2565

โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (ผนวก University as a Market Place)

รายงานการเบิกจ่ายโครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

งบประมาณที่ได้รับจัดสรร 3,000,000 บาท

รายงานการเบิกจ่ายเฉพาะ เดือนมกราคม 2565

งบประมาณที่ใช้ 9,485 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.31

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 1 (ต.ค.-ธ.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 23,750 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.79

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 2 (ม.ค.-มี.ค.)

งบประมาณที่ใช้ 9,485 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.31

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 3 (เม.ย.-มิ.ย.)

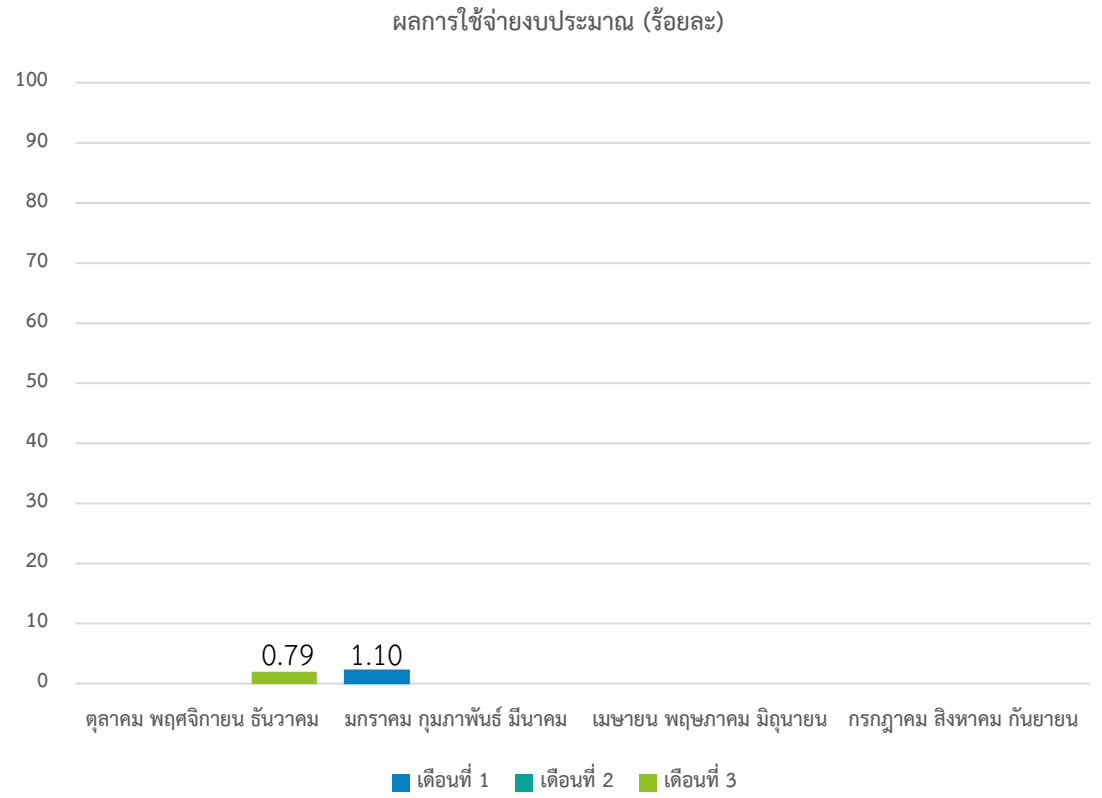
งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

งบประมาณที่ใช้ไปทั้งสิ้น 32,465 บาท (คิดเป็นร้อยละ 1.10)

งบประมาณคงเหลือ 2,967,535 บาท (คิดเป็นร้อยละ 98.90)



รายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานยุทธศาสตร์ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

โครงการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม (Startup)

2564

ต.ค.-ธ.ค.

สิ่งที่ดำเนินการไปแล้ว

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

ม.ค.-มี.ค.

2565

แผนการดำเนินงาน

1. Startup 25 ทีม เข้าศึกษาดูงานผู้ประกอบที่ประสบความสำเร็จในชุมชน และระดับชาติ
2. Startup 25 ทีม ทดลองประกอบธุรกิจจริง (กลาง เม.ย. – มิ.ย.)
3. การนำเสนอ (Pitching) พร้อมแต่งตั้งกรรมการลงพื้นที่ติดตามติดตามประเมินผลการดำเนินงานทั้ง 25 ทีม

ก.ค.-ก.ย.

2565

สิ่งที่ดำเนินการไปแล้ว

1. เตรียมจัดการอบรม Digital Marketing และทักษะความเป็นผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาอาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย
2. ประชาสัมพันธ์ รับสมัคร Startup

แผนการดำเนินงาน

3. กิจกรรมอบรมการพัฒนา soft skill ให้แก่นักศึกษา ในหัวข้อ Creative Thinking, Design Thinking, Community Marketing, Storytelling, Comparative Thinking, แผนธุรกิจชุมชน (ม.ค. – ก.พ.) ร่วมกับกองพัฒฯ
4. และเข้าค่ายบ่มเพาะการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมสร้างแพลตฟอร์มหลักสูตรออนไลน์ Workshop Training บ่มเพาะ Startup ให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาและนักศึกษา
5. การนำเสนอ (Pitching) แผนธุรกิจ และคัดเลือก 25 ทีมเพื่อทดลองตลาด ได้รับเงินทีมละ 15,000 บาท

เม.ย.-มิ.ย.

2565

แผนการดำเนินงาน

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

ตัวชี้วัด

จำนวนวิศวกรสังคม ผู้ประกอบการใหม่ฝึกหัด (Startup) ที่เกิดจากการบ่มเพาะของมหาวิทยาลัย จำนวน 5 ราย

รายงานการเบิกจ่ายงบยุทธศาสตร์ประจำปี 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 15,720 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.05

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 3 (เม.ย.-มิ.ย.)

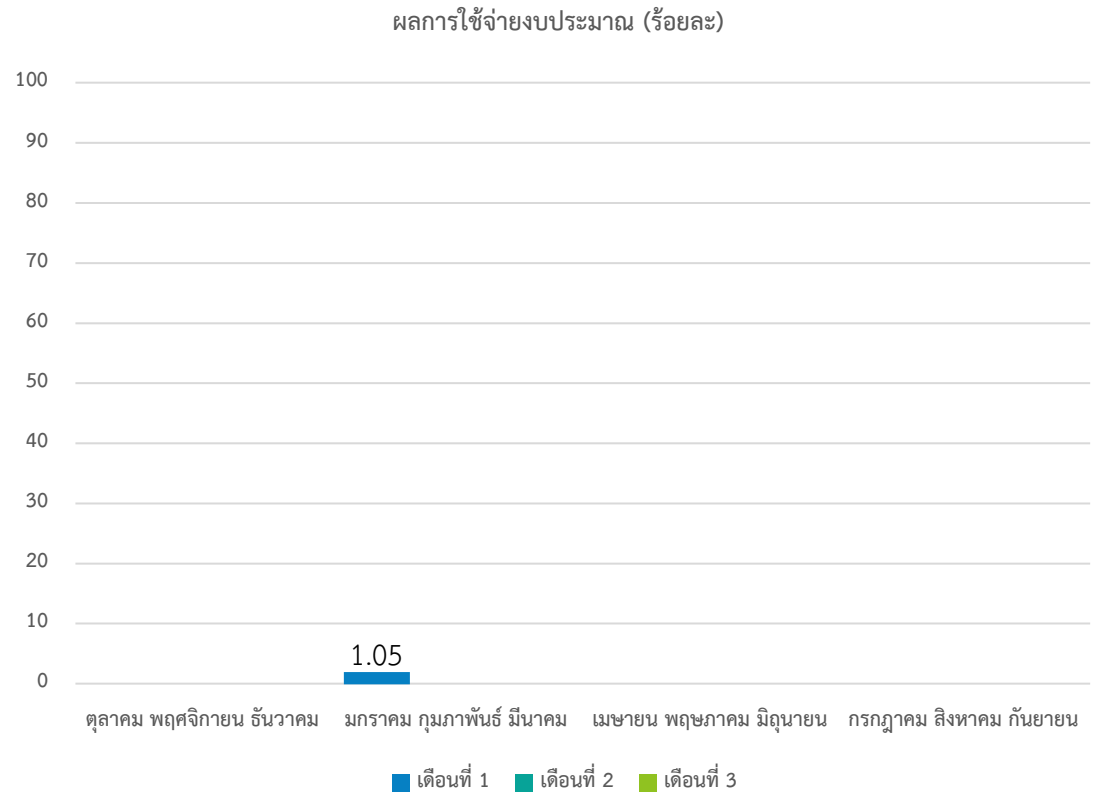
งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

การเบิกจ่ายไตรมาสที่ 4 (ก.ค.-ก.ย.)

งบประมาณที่ใช้ - บาท คิดเป็นร้อยละ -

งบประมาณที่ใช้ไปทั้งสิ้น 15,720 บาท (คิดเป็นร้อยละ 1.05)

งบประมาณคงเหลือ 1,484,280 บาท (คิดเป็นร้อยละ 98.95)

รายงานการเบิกจ่ายเฉพาะ เดือนมกราคม 2565

งบประมาณที่ใช้ 15,720 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.05