รายงานผลการดำเนินงานตามแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและควบคุมภายใน (RM-R12) รอบ 12 เดือน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. .....2565.....

ชื่อหน่วยงาน ..... มหาวิทยาลัยพะเยา (กองบริหารงานวิจัย) .....

การบริหารจัดการความเสี่ยงตามพันธกิจ

☐ 1. ผลิตกำลังคนที่มีสมรรถนะและทักษะแห่งอนาคต	☐ 2. วิจัยและนวัตกรรมพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม	☑ 3. บริการวิชาการด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม
☐ 4. ทำนุบำรุงศิลปะวัฒนธรรม และสืบสานเอกลักษณ์ความเป็นไทย	☐ 5. บริหารจัดการทันสมัยมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และมีธรรมาภิบาล	

ยุทธศาสตร์ 3. การบริการวิชาการด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อความเข้มแข็งของชุมชน

ค่าเป้าหมาย 3.3 ผู้ประกอบการในพื้นที่ มีศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้น

กลยุทธ์ 3.3.1 ส่งเสริมหรือสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท้องถิ่น และบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่

ลำดับ	ความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือหลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 6 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)	การดำเนินงานจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน	ผลการดำเนินงาน รอบ 12 เดือน	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือหลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)
(5)	การพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดงานบริการวิชาการสู่เชิงพาณิชย์ให้เป็น UP Products ของมหาวิทยาลัย และสามารถสร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัย	1x2=2 (น้อย)	<u>การควบคุมที่มีอยู่ในปัจจุบัน</u> 1. การสร้างระบบกลไกการผลักดันให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้หรือนวัตกรรมเพื่อให้เกิดงานบริการวิชาการสู่เชิงพาณิชย์ให้เป็น UP Products ของมหาวิทยาลัย และสามารถสร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัย โดยเสนอแผนธุรกิจและมหาวิทยาลัยจะพิจารณาสนับสนุน Seed Money สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเบื้องต้นมหาวิทยาลัยเสนอแผนธุรกิจ และมหาวิทยาลัยจะพิจารณาสนับสนุน Seed Money สำหรับเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเบื้องต้น	1. สนับสนุนการพัฒนาผลงานสู่เชิงพาณิชย์ UP Product จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ (ผลิตภัณฑ์กาแฟลิ้นจี่, ผลิตภัณฑ์ปลาส้มระยะที่ 2, ผลิตภัณฑ์ชุดงานฝีมือมัดย้อมชิโบริ, มาโรนี : โคลด์บริวสปาร์คกลิ้ง, คุกกี้จิ้งหรีด, เบ่งลิ่งพิซซ่าเตาถ่าน) ในปี 2565 นักวิจัยดำเนินการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์ตามตัวชี้วัด อยู่ระหว่างการเตรียมการจัดจำหน่ายและสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์เพื่อขยายตลาดให้กว้างมากขึ้น	1x1=1 (น้อย) -ระดับโอกาส (1) คงเดิม เนื่องจากมีการสนับสนุนผลงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์มากขึ้น และมีนักวิจัยสนใจส่งผลิตภัณฑ์จำหน่ายภายใต้แบรนด์ UP Products มากขึ้น

ลำดับ	ความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือ หลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 6 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)	การดำเนินงานจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน	ผลการดำเนินงาน รอบ 12 เดือน	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือ หลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)
	ในปัจจุบันยังมีสัดส่วนที่น้อยมาก		<u>วิธีการ/มาตรการจัดการความเสี่ยง</u> 2. บูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำกับดูแล ออกแบบวิธีการสนับสนุนที่ทันสมัยและผลักดัน และการพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดงานบริการวิชาการสู่เชิงพาณิชย์ให้เป็น UP Products ของมหาวิทยาลัย	2. มีการยื่นจดทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นอนุสิทธิบัตรจากงานวิจัย จำนวน 2 ผลงาน (ผลิตภัณฑ์กาแฟลิ้นจี่, ผลิตภัณฑ์ปลาส้มระยะที่ 2) 3. มีการอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาจากงานวิจัยให้กับบริษัทเอกชนและมีการเจรจากับบริษัทเอกชนเพื่อให้มาขอรับการถ่ายทอดเทคโนโลยี 4. มีการพัฒนาสถานที่ผลิตสำหรับการผลิตสินค้าที่ได้มาตรฐานภายในมหาวิทยาลัย (อาหารศูนย์เรียนรู้) 1. หารือการดำเนินงานเพื่อผลักดันทางการตลาดและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ UP Products ร่วมกับส่วนงาน Field Support & Local Product บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด ในการนำผลิตภัณฑ์เข้าวางจำหน่าย 2. เริ่มทดลองวางจำหน่ายสินค้า ณ ห้างเจริญภัณฑ์ดีพาร์ทเม้นท์สโตร์ สาขาพะเยา และ ร้าน NSP INNO STORE อาคารอำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ **สรุปผลการบริหารจัดการความเสี่ยงฯ** พบว่า ➢ จุดอ่อน/อุปสรรค/ปัจจัยเสี่ยงที่ยังมีอยู่ – ในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อวางจำหน่ายต้องดำเนินการเกี่ยวกับมาตรฐาน เช่น มาตรฐานสถานที่ผลิต และ อย.	-ระดับผลกระทบ (1) ลดลง เนื่องจาก มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์ได้ เกินกว่า 4 ผลิตภัณฑ์ต่อปี

ลำดับ	ความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือหลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 6 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)	การดำเนินงานจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน	ผลการดำเนินงาน รอบ 12 เดือน	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือหลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)
				เพื่อให้สามารถเข้าสู่ตลาดโมเดิร์นเทรดได้ ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาเนื่องจากเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่ – การสร้างแบรนด์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์แบรนด์ใหม่ต้องใช้เวลาและมีต้นทุนในการทำการตลาด ➢ แนวทางการปรับปรุงที่ต้องพัฒนา – สร้างกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้หรือการโฆษณาให้มากขึ้นเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น – สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานความร่วมมือ เช่น ร้านค้าโมเดิร์นเทรดในพื้นที่ – การหารือการดำเนินงานเพื่อผลักดันทางการตลาดและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ UP Products และผลิตภัณฑ์จากความร่วมมือของมหาวิทยาลัยพะเยาร่วมกับส่วนงาน Field Support & Local Product บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด ➢ ระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้หรือไม่ – อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ เนื่องจากอยู่ระหว่างการพัฒนาและการสร้างแบรนด์ UP Products ให้เป็นที่รู้จัก – ในปี 2566 ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น สามารถเพิ่มทางเลือก และสามารถส่งเสริมการทำการตลาดได้มากขึ้น	

ลำดับ	ความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือ หลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 6 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)	การดำเนินงานจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน	ผลการดำเนินงาน รอบ 12 เดือน	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือ หลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)
				➢ แสดงข้อมูลประกอบความเสี่ยงที่สามารถชี้วัดระดับความเสี่ยงปัจจุบัน หรือข้อมูลประกอบอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น 1. สรุปภาพรวม การผลักดัน UP Products เข้าสู่ตลาดเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้ามหาวิทยาลัยพะเยาในวงกว้าง โดยปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายดังนี้ – ห้างเจริญภัณฑ์ดีพาร์ทเม้นท์สโตร์ สาขาพะเยา – ร้าน NSP INNO STORE อาคารอำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ ซึ่งเป็นพื้นที่ทดสอบตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ และบริการจากผลงานวิจัย และนวัตกรรมของ SMEs และ Startup ภายใต้ความร่วมมือกับอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ – ร้าน UP INNO SHOP พื้นที่ทดสอบตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการจากผลงานวิจัย ของมหาวิทยาลัยพะเยา – จำหน่ายออนไลน์ผ่านเพจ UP Inno Shop 2. สรุปความก้าวหน้าของ การวางแผนการตลาด/รายได้จาก UP Products – หารือการดำเนินงานเพื่อผลักดันทางการตลาดและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ UP Products ร่วมกับส่วนงาน Field Support & Local Product	

ลำดับ	ความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือ หลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 6 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)	การดำเนินงานจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน	ผลการดำเนินงาน รอบ 12 เดือน	ระดับความเสี่ยงที่คงเหลือ หลังการจัดการความเสี่ยง รอบ 12 เดือน (โอกาสxผลกระทบ)
				บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด ในการนำผลิตภัณฑ์เข้าวางจำหน่าย 3. สรุปข้อมูลการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยพะเยาให้ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า ตามหลักเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด – ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน อย. แล้ว ปลาส้มผงโรยข้าว น้ำมันกระเทียมแคปซูล สะดิ้งอบกรอบ ลิ้นจี่อบแห้ง ชาลิ้นจี่ – ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ระหว่างการยื่นขอรับมาตรฐานสถานที่ผลิต และ อย. น้ำจิ้มสุกี้โพรไบโอติก ➢ ความเสี่ยงดังกล่าวที่กำหนดไว้ จะพิจารณา Ø บริหารจัดการต่อเนื่องในแผนปีต่อไป เนื่องด้วยเป็นการพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม เพื่อให้เกิดงานบริการวิชาการสู่เชิงพาณิชย์ให้เป็น UP Products ของมหาวิทยาลัย อย่างต่อเนื่อง O ลงสู่กระบวนการปฏิบัติงานตามแผนงานประจำของส่วนงาน	

การกำหนดหลักเกณฑ์การประเมิน ระดับโอกาส x ระดับผลกระทบ ของความเสี่ยง

ความเสี่ยง :	**(5) การพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดงานบริการวิชาการสู่เชิงพาณิชย์ให้เป็น UP Products ของมหาวิทยาลัย และสามารถสร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัยในปัจจุบันยังมีสัดส่วนที่น้อยมาก (กองบริหารงานวิจัย)**

หลักเกณฑ์การประเมินระดับโอกาส x ระดับผลกระทบของความเสี่ยงที่กำหนด

ระดับคะแนนความรุนแรง (ระดับ 1-5 จากน้อยไปมากตามลำดับ)	**โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง** (Likelihood : L) (ระดับ 1-5 จากน้อยไปมากตามลำดับ)	**ผลกระทบของความเสี่ยง** (Impact : I) (ระดับ 1-5 จากน้อยไปมากตามลำดับ)
5	เกิดขึ้นทุก 3 เดือน	มหาวิทยาลัยไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์ได้เลย
4	เกิดขึ้นทุก 6 เดือน	มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์ได้ จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ต่อปี
3	เกิดขึ้นทุก 9 เดือน	มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์ได้ จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ต่อปี
2	เกิดขึ้นทุกปีงบประมาณ	มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์ได้ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ต่อปี
1	เกิดขึ้นทุก 2 ปีงบประมาณ	มหาวิทยาลัยสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์ได้ เกินกว่า 4 ผลิตภัณฑ์ต่อปี

หมายเหตุ : ให้ทุกส่วนงานวิเคราะห์ประเมิน การเปลี่ยนแปลงของคะแนนระดับโอกาสและคะแนนระดับผลกระทบในแต่ละความเสี่ยง ทั้งรอบแผน รอบ 6 เดือน หรือรอบ 12 เดือนให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน รวมถึงให้เชื่อมโยงกับหลักเกณฑ์การประเมินระดับโอกาส x ระดับผลกระทบ ของความเสี่ยงที่ได้กำหนดไว้ โดยให้แนบแบบการวิเคราะห์และประเมินระดับความเสี่ยงของส่วนงาน ทุกครั้งที่รายงานแก่มหาวิทยาลัย

ระดับความเสี่ยง = ระดับโอกาส x ระดับผลกระทบ (คะแนน 1-25)

ระดับความเสี่ยง คะแนน 1-2 = ความรุนแรงน้อย (สีเขียว)

ระดับความเสี่ยง คะแนน 3-6 = ความรุนแรงปานกลาง (สีเหลือง)

ระดับความเสี่ยง คะแนน 7-12 = ความรุนแรงสูง (สีส้ม)

ระดับความเสี่ยง คะแนน 13-25 = ความรุนแรงสูงมาก (สีแดง)

ลายมือชื่อ .....

(นางสาวอัญชลี เทียมคีรี)

ตำแหน่ง รักษาการผู้อำนวยการกองบริหารงานวิจัย

วัน 16 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2565