Moving Towards
Innovative University

นโยบายและยุทธศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พ.ศ. 2563-2580 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 2/ต.ค.2564 ปีงบประมาณ 2565

คำนำ

นโยบายและยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ.2563-2580 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 2 /ต.ค.2564 ประจำปีงบประมาณ 2565 ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแผนในการบริหารและพัฒนาเพื่อขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยสู่ **“มหาวิทยาลัยนวัตกรรม ที่สร้างคุณค่าสู่สังคมและประเทศ”** โดยพัฒนาปรับปรุงจากนโยบายและยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ.2563 – 2580 ฉบับปรับปรุง ปีงบประมาณ 2564 และยังได้มีการประมวลผลสัมฤทธิ์จากการบริหารงานและการดำเนินงานตามนโยบายและยุทธศาสตร์ ในปีงบประมาณที่ผ่านมา การวิเคราะห์สถานการณ์หรือบริบททั้งภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงกฎกระทรวงจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ.2564 แผนการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564–2570 ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566–2570 และแผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2566– 2570 ของกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

นโยบายและยุทธศาสตร์ ฉบับนี้ประกอบด้วยเนื้อหาสำคัญ 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 บริบทสำคัญต่อการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์ ส่วนที่ 2 นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี พ.ศ.2563-2580 ส่วนที่ 3 นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี พ.ศ.2565 และส่วนที่ 4 การติดตามและประเมินผล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี หวังเป็นอย่างยิ่งว่านโยบายและยุทธศาสตร์ ฉบับนี้จะเป็นเสมือนเข็มทิศชี้แนวทางที่ชัดเจนที่จะรวมพลังนำไปสู่การพัฒนาและขับเคลื่อนให้บรรลุถึงเป้าหมายที่พึงปรารถนาร่วมกันต่อไป

สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ 1 บริบทสำคัญต่อการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์

1.1	ระดับของแผน และความเชื่อมโยง	1
1.2	กรอบแนวคิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ.2566-2570	2
1.3	กรอบแนวคิดยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ.2566-2570	3
1.4	BCG Economy Model	4
1.5	10 + 2 อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ	5
1.6	การกำหนดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา 5 กลุ่มเชิงยุทธศาสตร์	7
1.7	ผลการประเมินตนเองและการกำหนดกลุ่มยุทธศาสตร์	8
1.8	RMUTT Transforming Mind Re-designing Innovativeness (รศ.ดร.สมเจตน์ ทิณพงษ์ ประธานคณะกรรมการออกแบบ จัดทำ และขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ ของ มทร.ธัญบุรี)	10
1.9	RMUTT Flagship Strategic	19
1.10	การผลิตกำลังคน งานวิจัยและนวัตกรรมขับเคลื่อน 12 อุตสาหกรรมเป้าหมายบนฐานเศรษฐกิจ BCG	20
1.11	RMUTT INNOVATIVE ECOSYSTEM	21
1.12	แนวทางการพัฒนายกระดับคุณภาพกำลังคน	22

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 2 นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี พ.ศ. 2563-2580

2.1 ปรัชญา (Philosophy) 25

2.2 ปณิธาน (Determination) 25

2.3 วิสัยทัศน์ (Vision) 25

2.4 พันธกิจ (Mission) 26

2.5 เอกลักษณ์ (Uniqueness) 26

2.6 อัตลักษณ์ (Identity) 26

2.7 ค่านิยมองค์กร (Core Values) 27

2.8 วัฒนธรรมองค์กร (Organization Working Culture) 27

2.9 คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของ มทร.ธัญบุรี 28

ส่วนที่ 3 นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี พ.ศ.2565

3.1 กลไกการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี 29

3.2 ยกระดับคุณภาพด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ด้าน 29

3.3 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 30

3.4 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 36

3.5 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 41

3.6 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 44

ส่วนที่ 4 การติดตามและประเมินผล 52

4.1 แนวทางการติดตามและประเมินผล 48

4.2 การประเมินคุณค่าทางเศรษฐกิจ 50

4.3 ระยะเวลาการติดตามประเมินผล 52

ส่วนที่ 1

บริบทสำคัญต่อการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์

RMUTT

Moving Towards

Innovative University

บริบทสำคัญต่อการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์

ระดับของแผน และความเชื่อมโยง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ต้องดำเนินการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์ ให้มีความความสอดคล้อง เชื่อมโยงและให้เกิดผลสัมฤทธิ์บรรลุเป้าประสงค์ และสามารถตอบสนองเป้าหมาย ผลลัพธ์ของแผนระดับ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ และแผนระดับ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาฉบับต่าง ๆ รวมถึงแผนระดับ 3 ที่ส่งผลกระทบต่อภารกิจของมหาวิทยาลัย และนโยบายของสภามหาวิทยาลัย

กรอบแนวคิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

หมุดหมายของการดำเนินยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ในด้านเกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง การท่องเที่ยวเน้นคุณค่าและความยั่งยืน และด้านอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและบริการดิจิทัล บนพื้นฐานเศรษฐกิจ BCG

กรอบแนวคิดยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม พ.ศ.2566-2570

ยุทธศาสตร์ชาติ

แผนแม่บท แผนปฏิรูปประเทศ
กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 และนโยบายที่เกี่ยวข้อง

วิสัยทัศน์

สานพลังการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมไทย พลิกโฉมให้ประเทศมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและยั่งยืนยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้วยเศรษฐกิจสร้างคุณค่าและพร้อมก้าวสู่อนาคต

ยุทธศาสตร์ที่ 1 :	ยุทธศาสตร์ที่ 2 :	ยุทธศาสตร์ที่ 3 :
การพัฒนาเศรษฐกิจไทยด้วยเศรษฐกิจสร้างคุณค่าและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความสามารถในการแข่งขันและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนพร้อมสู่อนาคต	การยกระดับสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนสามารถแก้ปัญหาท้าทายและปรับตัวได้ทันต่อพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลก	การพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี การวิจัยและนวัตกรรมระดับชั้นแนวหน้าที่ก้าวหน้าล้ำยุค เพื่อสร้างโอกาสใหม่ และความพร้อมของประเทศในอนาคต

กำลังคน | **ววน.(สรรพวิทยาการ)** | **ระบบนิเวศ**

ยุทธศาสตร์ที่ 4

การพัฒนากำลังคนสถาบันอุดมศึกษา และสถาบันวิจัยให้เป็นฐานการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ แบบก้าวกระโดดและยั่งยืน

บริบทและพันธกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกระทรวง อว. ในด้านยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการพัฒนากำลังคน สถาบันอุดมศึกษา และสถาบันวิจัยให้เป็นฐานการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศแบบก้าวกระโดดและยั่งยืน ส่งผลก่อให้เกิดการขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจไทยด้วยเศรษฐกิจ

สร้างคุณค่าและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความสามารถในการแข่งขันในการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนพร้อมสู่อนาคต ยุทธศาสตร์ที่ 2 การยกระดับสังคมและสิ่งแวดล้อมให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนสามารถแก้ไขปัญหาท้าทายและปรับตัวได้ทันต่อพลวัตการเปลี่ยนแปลงของโลก ผ่านกระบวนการผลิต Certified Innovator และการนำส่งคุณค่าสู่สังคม และภาคประกอบการ ผ่านงานวิจัยและนวัตกรรม และการเคลื่อนย้ายบุคลากรไปทำงานในภาคประกอบการ ซึ่งการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปแก้ปัญหาเชิงเทคนิค การสร้างมาตรฐานและวิจัยพัฒนา ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยกระบวนการทำงานเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการพัฒนากำลังคนทั้งในมิติบัณฑิต บุคลากรในสถานประกอบการ คณาจารย์ นักวิจัย

BCG Economy Model

BCG Economy Model เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่จะพัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (B Bio Economy) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับ เศรษฐกิจหมุนเวียน (C Circular Economy) คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้ อยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (G Green Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน

10 + 2 อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

อุตสาหกรรมที่ผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

รูปแบบที่ 1 คือ First s-curve เป็นการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้วในประเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ปัจจัยผลิต โดยการลงทุนชนิดนี้จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลาง ได้แก่

1. อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next-Generation Automotive)
2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics)
3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism)
4. การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnolgy)
5. อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร (Food for the Future)

รูปแบบที่ 2 คือ New S-curve เป็นรูปแบบของการลงทุนในอุตสาหกรรมใหม่เพื่อเปลี่ยนรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยี โดยอุตสาหกรรมเหล่านี้จะเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (New Growth Engines) ของประเทศ ได้แก่

6. อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotics)
7. อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics)
8. อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals)
9. อุตสาหกรรมดิจิตอล (Digital)
10. อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub)

เพิ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) อีก 2 ประเภท คือ

11. อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ (Defense Industry)
12. อุตสาหกรรมพัฒนาบุคลากรและการศึกษา (Education and Human Resource Development)

การกำหนดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา 5 กลุ่มเชิงยุทธศาสตร์

โครงสร้างการจัดการมหาวิทยาลัยตามความเชี่ยวชาญ 5 กลุ่มยุทธศาสตร์หลัก

1. กลุ่มการพัฒนาการวิจัยระดับแนวหน้าของโลก (Global & Frontier Research) มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาบุคลากรตอบโจทย์ตลาดแรงงานระดับโลก สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่เป็นทิศทางของประเทศและมีคุณภาพระดับโลก

2. กลุ่มการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology & Innovation) มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาบุคลากรตามความต้องการของอุตสาหกรรม สร้างเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตามทิศทางและจุดเน้นของประเทศ

3. กลุ่มการพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่ (Specialized & Professional) มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะสูงตามความต้องการของท้องถิ่นและพัฒนาท้องถิ่นด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม

4. กลุ่มการพัฒนาปัญญาและคุณธรรมด้วยหลักศาสนา (Moral & Intellectual Cultivation) มุ่งเน้นการนำคำสอนทางศาสนาต่าง ๆ มาผสมผสานกับวิชาการ เพื่อมาปรับใช้ในการเรียนการสอนและวิจัยให้เหมาะสมกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ปลูกฝังจิตสำนึกและคุณธรรมที่ดีงาม

5. กลุ่มการผลิตและพัฒนาบุคลากรวิชาชีพและสาขาเฉพาะ (Specialized & Professional) มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะ ความรู้ เสริมสร้างบุคลากรสู่ความเป็นมืออาชีพเฉพาะทางให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

ผลการประเมินตนเองและการกำหนดกลุ่มยุทธศาสตร์

ด้วยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีนโยบายมุ่งเป็น Innovative University ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์ศักยภาพองค์กรและผลการดำเนินงาน พบว่า มทร.ธัญบุรี มีศักยภาพและความพร้อมในด้านการวางหลักสูตร ความร่วมมือ และระบบนิเวศนวัตกรรม ที่พร้อมสำหรับการพลิกโฉมเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology and Innovation) ดังแสดงในตารางและแผนภาพด้านล่าง แต่เมื่อพิจารณาถึงผลการดำเนินงาน นั้นพบว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ยังต้องพัฒนาเรื่องการบ่มเพาะและรางวัลความเป็นผู้ประกอบการของบัณฑิต รวมถึงสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมในการขับเคลื่อนยกระดับการเคลื่อนย้ายบุคลากรไปทำงานร่วมกับภาคประกอบการโดยการใช้นวัตกรรม ผ่านเครือข่ายศิษย์เก่าและเครือข่ายความร่วมมือ

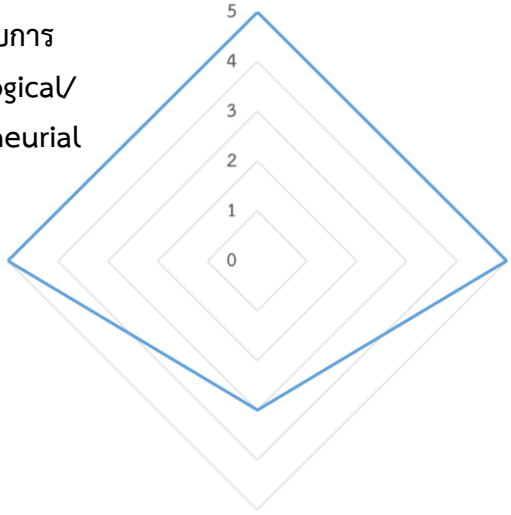
กลุ่มที่ 2 พัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology and Innovation)

ตัวชี้วัดศักยภาพของสถาบันอุดมศึกษา (Potential indicator)	ผลการประเมิน	Level	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Performance indicators)	ผลการประเมิน	Level
1. ระบบนิเวศน์ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเร่งพัฒนาผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษา (Technological/ Innovation-Driven Entrepreneurial Ecosystem)	ระดับ E	5	1. นักศึกษาและบัณฑิตผู้ประกอบการ (Student and Graduate Entrepreneur)	ร้อยละ 33.74	4
2. หลักสูตร/โปรแกรมเฉพาะที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ	ร้อยละ 70.69	5	2. รางวัลด้านผู้ประกอบการ (Startup Awards)	ร้อยละ 0.06	1
3. งบประมาณการพัฒนาเทคโนโลยี/นวัตกรรมเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของสถาบันอุดมศึกษา (Technological / Innovative Development Funding)	ร้อยละ 28.53	3	3. งบประมาณจากแหล่งทุนภายนอกสนับสนุนการสร้างผู้ประกอบการ/ธุรกิจใหม่ (Startup Co-Investment Funding)	ร้อยละ 25.76	3
4. ความร่วมมือเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมกับภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรมของสถาบันอุดมศึกษา (University - Industry Linkage)	51.67 คะแนน	5	4. บุคลากรสถาบันอุดมศึกษาแลกเปลี่ยนความรู้สู่ภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม (Talent/Academic Mobility Consultation)	ร้อยละ 22.38	3

ตัวชี้วัดศักยภาพองค์กร (Potential indicators)

1. ระบบนิเวศน์ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเร่งพัฒนาผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษา (Technological/ Innovation-Driven Entrepreneurial Ecosystem)

2. หลักสูตร/โปรแกรมเฉพาะที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Technological/ Innovation-Driven Entrepreneurial Education)

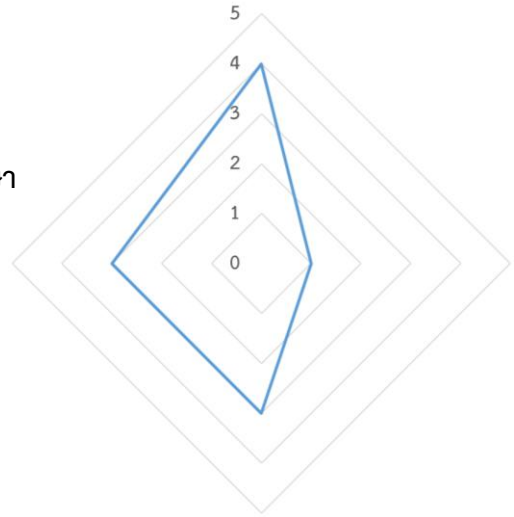


4. ความร่วมมือเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมกับภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรมของสถาบันอุดมศึกษา (University - Industry Linkage)

3. งบประมาณการพัฒนาเทคโนโลยี/นวัตกรรมเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของสถาบันอุดมศึกษา (Technological/Innovative Development Funding)

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Performance indicator)

1. นักศึกษาและบัณฑิตผู้ประกอบการ (Student and Graduate Entrepreneur)



4. บุคลากรสถาบันอุดมศึกษาแลกเปลี่ยนความรู้สู่ภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม (Talent Mobility Consultation)

2. รางวัลด้านผู้ประกอบการ (Startup Awards)

3. งบประมาณจากแหล่งทุนภายนอกสนับสนุนการสร้างผู้ประกอบการ/ธุรกิจใหม่ (Startup Co-Investment Funding)

RMUTT Transforming Mind Re-designing Innovativeness

แนวคิดโดย รศ.ดร.สมเจตน์ ทิณพงษ์ กรรมการสภามหาวิทยาลัย ผู้ทรงคุณวุฒิ และประธานคณะกรรมการออกแบบ จัดทำ และขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Towards RMUTT Innovative University

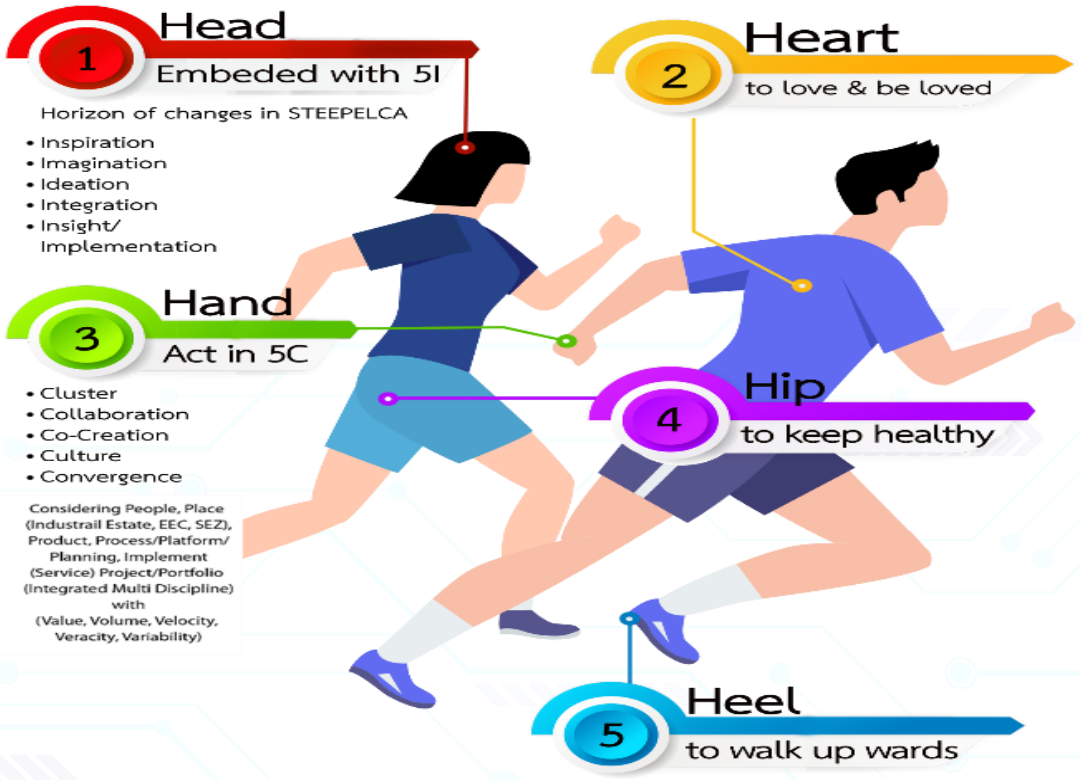
การขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีไปสู่ RMUTT Innovative University ควรมีหลักการหรือแนวคิด คือ 1. นวัตกรรมคืออะไร ในบริบทและองค์กรของเรา What 2. นวัตกรรมเริ่มที่ไหน Where 3. นวัตกรรมเริ่มและจบอย่างไร How 4. Innovation Walk The Why? Seeding & Natural Growth 5. Innovation Fly Exponential Growth by Technology

① นวัตกรรม (Innovation) คืออะไร ⇨ What

“นวัตกรรม: Innovation” ในบริบทการทำงานของ มทร.ธัญบุรี เน้นการก่อเกิดความคิดสร้างสรรค์แล้วลงมือทำให้เกิดคุณค่าที่จับต้องได้ มีคุณูปการสูง (Value Impact) และวัดผลได้อย่างแท้จริง Making Creativity into Value Reality การสร้างนวัตกรรมใน มทร.ธัญบุรี เริ่มจากสร้าง Mindset ให้บุคลากร นักศึกษา ของ มทร.ธัญบุรี เป็นผู้ที่สามารถสร้างความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ผ่านการพัฒนา ปลูกฝังทักษะ 5Is และยุทธศาสตร์นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) โดยกระบวนการความร่วมมือกับโลกเปิดในรูปแบบ 3Cs

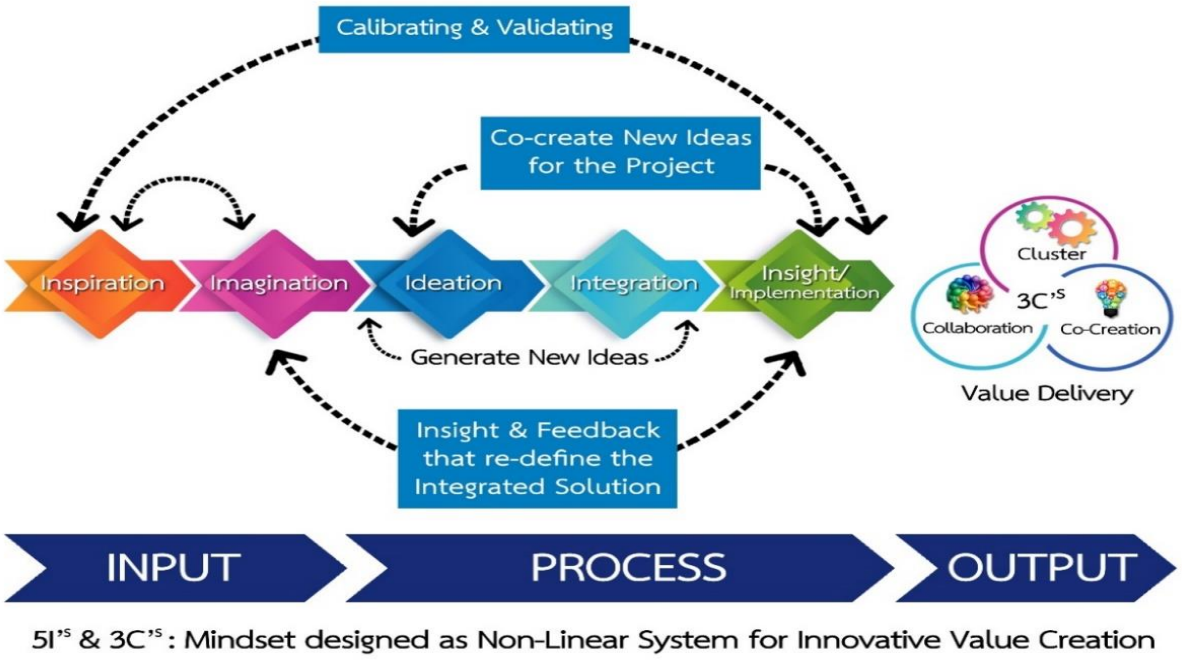
② นวัตกรรม (Innovation) เริ่มที่ไหน ⇨ Hand-On

Innovating U_to 5th Dimension

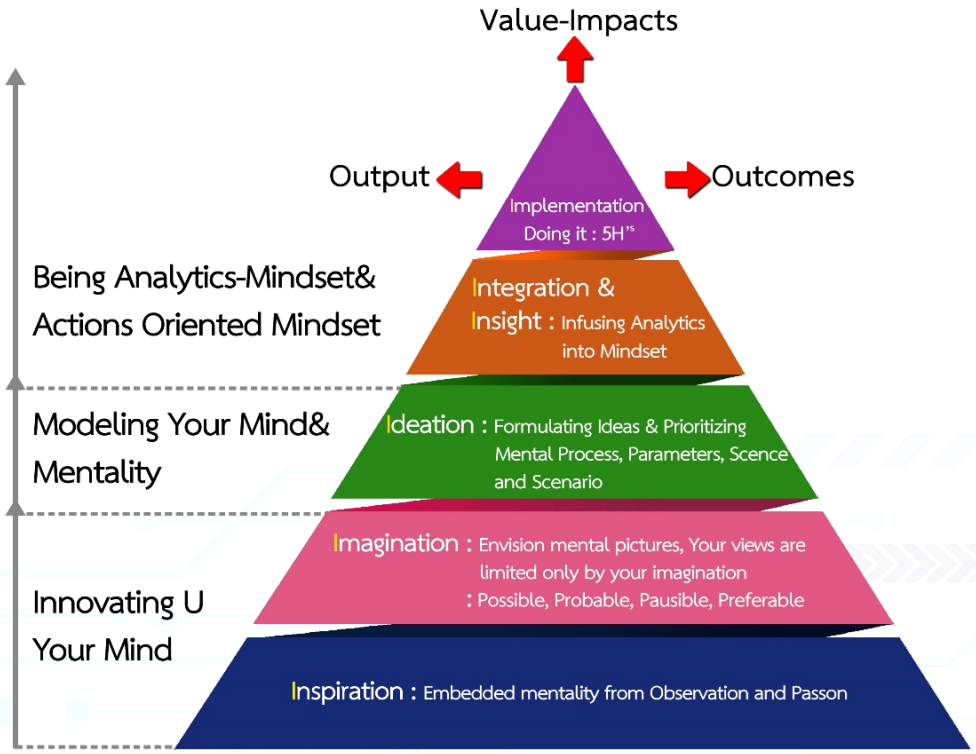


คนมาก่อนเทคโนโลยี	
Head	Connect “Vision with Values” เชื่อมต่อวิสัยทัศน์และแนวคิดโดยโฟกัสถึงคุณค่าตาม Visionary Mission และสร้างวิธีคิดแบบเปิด (Open Mindset) นอกจากทำให้ทุกคนมุ่งสู่เป้าหมาย (Destination) ที่กำหนดไว้ล่วงหน้าสู่คุณค่าแล้ว จะทำให้หน่วยงานหรือองค์กรเลือกทางเดิน (Diverging Journey) อันเหมาะสมที่สุดกับโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนเส้นทางเดินขององค์กรที่เปิดกว้างในโลกความเป็นจริง
Heart	ทำไปด้วยใจสั่งมา “องค์กร มุ่งสร้างคุณค่าภายในที่ Love & Respect” หากเพียงกำหนดว่าคนของเราต้องพัฒนาตนเอง แต่ถ้าคนอยู่ในองค์กรแล้วไม่มีใจต่องานชีวิตหน้าที่การงานก็ยากที่จะทรงคุณค่า
Hand	ลงมือทำ ไม่มีงานใดสำเร็จ โดยไม่ลงมือทำ
Hip	การดูแลสุขภาพและบุคลิกให้อยู่ในสัดส่วนที่ฉับไวมีประสิทธิภาพ
Heel	การลงพื้นที่ปฏิบัติงาน ตรวจสอบและประเมินผลงานที่ทำอย่างจริงจัง ระมัดระวัง (Due Care : Check/Inspect/Verify)

③ นวัตกรรม (Innovation) เริ่มอย่างไร ⇨ How



5I's & 3C's : Mindset designed as Non-Linear System for Innovative Value Creation

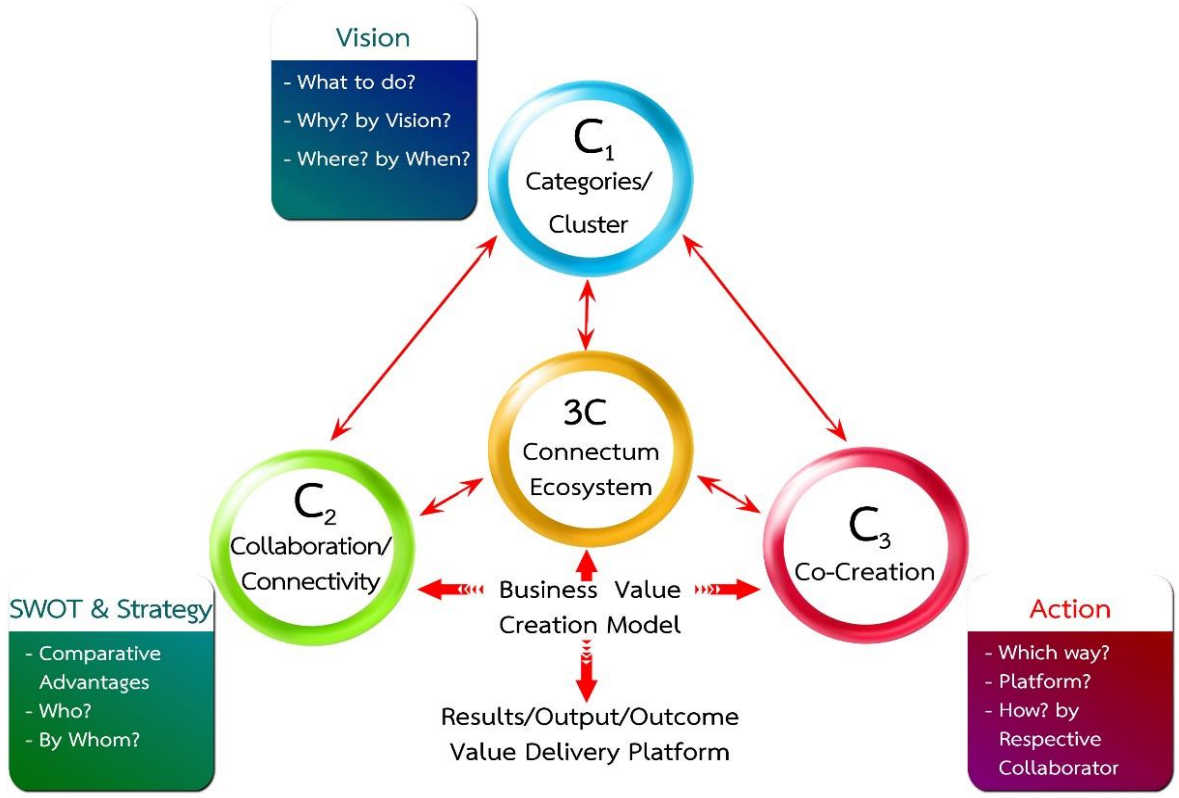


Mental Transformation (before Digital)

①Inspiration	②Imagination	③Ideation	④Integration/ Insight	⑤Implementation
สร้างความสามารถในการรับและสร้างแรงบันดาลใจ ใหม่ ๆ ในตัวตนจากสิ่งแวดล้อม องค์ความรู้ และผลจากการสังเกต	ฝึกให้มีจินตนาการเหนือความรู้พื้นฐานและวิชาการ มองอนาคตได้กว้างไกล ค้นหาเส้นทางใหม่ไปให้ถึง (Foresight)	ฝึกสร้างความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ กำหนดปัญหา ระดมความคิดเห็น วางรูปแบบและวิธีการ เพื่อนำมาซึ่งคำตอบใหม่	เรียนรู้วิธีการในการเชื่อมโยงคน แผนงาน โครงการ อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปสู่ประสิทธิผล	แสวงหาการเข้าถึงองค์ความรู้เชิงลึก ปลูกฝังจนเกิดความคิดสร้างสรรค์แล้วนำไปปฏิบัติให้ได้อย่างจริงจัง จนบรรลุผล (Value Reality) นำสู่คุณค่า (Value Delivery Impact)

Mental Transformation (before Digital)

แนวทางการทำงานร่วมกับสังคม



เราอยู่ในจักรวาลเปิด

Cluster

จัดกลุ่มและกำหนดสิ่งที่จะทำ เลือกที่มีคุณค่าสูง จัดลำดับความสำคัญและเป็นที่ต้องการของสังคม หรือประชาชน ใช้ Vision ต่อโจทย์ว่าจะทำอะไร (What?) โดยมีการกำหนดเป้าหมายอะไรเป็นตัวตั้ง?

Collaboration

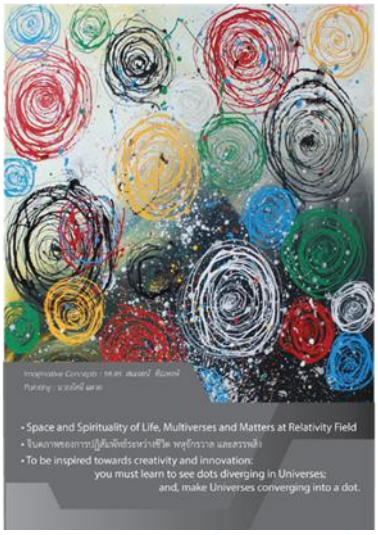
สร้างความร่วมมือและเครือข่าย เชื่อมโยงทุกปัจจัย ทั้งคน ทุน สถาบัน หน่วยงาน กระบวนการ เทคโนโลยีที่ แต่ละ Collaborator จัดวางให้ถูกกลุ่ม Core Competency และแยกแยะ วิเคราะห์ Comparative Advantages แล้วนำมาเป็นจุดแข็ง

Co-creation

ลงมือทำร่วมกัน ร่วมกันรังสรรค์คุณค่า โดยมีนวัตกรรม ความคิด สร้างสรรค์ รูปแบบระบบการทำงานพร้อมเทคโนโลยีเป็น Platform หลัก มุ่งทำจนนำส่งผลลัพธ์คุณค่า และคุณูปการ

3C (Categories/Cluster, Collaboration/Connectivity, Co-Creation)

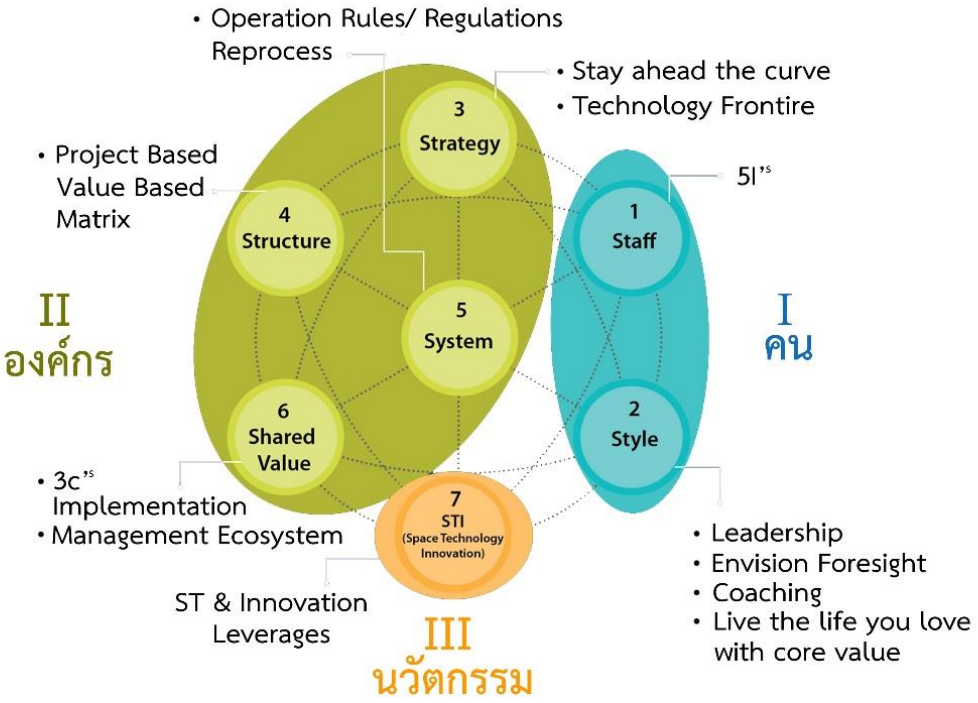
④ Innovation Walk
The Why Seeding & Natural Growth



Case: Krenovation Park

Inspirational

⑤ Innovation Fly Exponential Growth by Technology



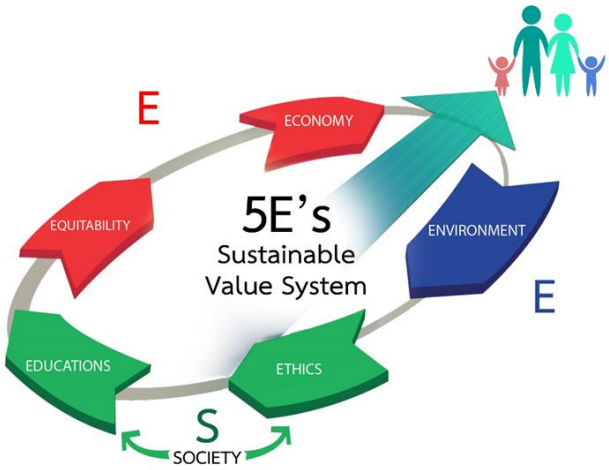
7S's Sub-System : การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ถูกวางกลไกผ่าน 7 ระบบย่อย
โดยเน้นการเชื่อมโยงเรื่อง คน องค์กร นวัตกรรม ให้สามารถสร้างและนำส่งคุณค่าได้อย่างครบวงจร

การกำหนดแนวทางให้ประเมินคุณค่าโครงการโดยสร้าง Value Creation Map ให้เป็นเครื่องมือ

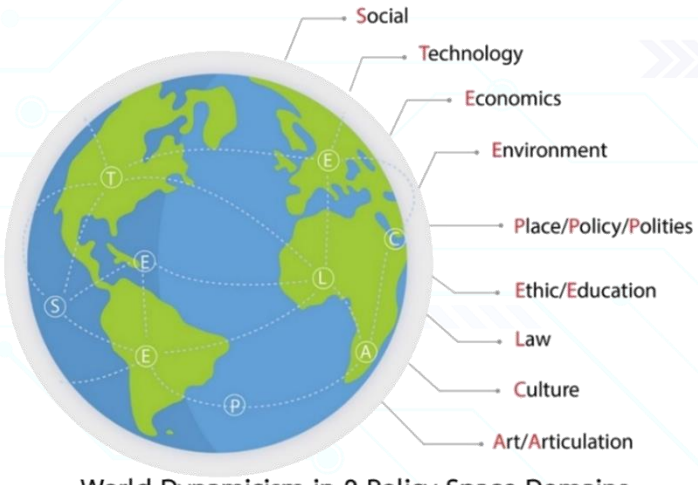
- มูลค่า (Worth) และคุณค่า (Value) ทางสังคมต้องวัดได้
- กำหนดให้มีการประเมินคุณค่าของโครงการที่เสนอของบประมาณทั้งก่อนและหลังการดำเนินงาน (Pre-Post Value Evaluation) โดยใช้ Value Creation Map ตามองค์ประกอบดังตาราง 12 ช่อง

VCM (Value Creation Map)
Innovating thru strategic questions of what ??? (aligning with your Innovation Strategy)

1. What is the "HVC*" of your Products & Services? Identity: Value Chain	3. What does Competitive Landscape look like? (Products, Services)	5. Strategy Operandi : covers 3C-Connectum	7. What your Delivery Channels for your products? logistics
• High Value impact? (HVI) • Newness • Innovativeness • Differentiation • Strange • Paradox • Growth from your I & D ? *HVC: High Value Creation	• Analyses 5 Competitive Forces • What are your Competitive Advantages? How do you leverage your products or services?	Cluster : Make cluster analysis and ask What do you stand on value system and value chain? Collaborators : Who are they to collaborate with?; Who do that? Co-Creators : Which ways they do and "How"? • On your part; What your SWOT and your specific strength? • Connect VS Collect • Inno OT	Who / Where to display or distribute products
	4. What are Key Activities & Processes put into project implementation • Project planning Conceptual Design & • Architectural configuration Define Resources to be used • Execution timeline (Scheduling)		8. What yours market strategy & structure, Customer Segments or • stakeholders & How many? You must draw Market strategy map • What your overall Management Structure look? • How you sales? e-market platforms
2. What is the Value proposition in view of users	6.1 At What Financial Costs : (quantify cost breakdown)	6.2 What your Financial Return you get?	9. What make feasible? : the Financial Feasibility? Also must financially (clear criteria)
• What are the value you deliver to user? Along Value Chain Can you Make Quantitative value Analysis?	• Hardware • Software • Human ware • Capex/Opex/Cash • Contract out amount	• Do you have return in money value? (Quantitatively) • Worth or Revenue (Money)	• Other Feasible Dimensions • Technically • Legally • Contractually • Also draw Risk or trade-off Map
10. Social Costs (Also inkind)	11. Social Benefits (Also inkind) Quantify Social Benefit by Social impact Analysis)		12. SROI (Social Return on Investment)



Sustainble Social Economic & Environmental Development



World Dynamicism in 9 Policy Space Domains
"STEEPELCA"

การยกระดับ มทร.ธัญบุรี ในด้าน Geospatial & Innovation Domain ภายใต้ปัจจัยท้าทายและสภาวะการเปลี่ยนแปลงใน 9 มิติ (STEEPELCA) ที่ส่งผลกระทบเชิงคุณค่าสูงต่อ มทร.ธัญบุรี และประเทศ โดยยุทธศาสตร์ที่ออกแบบและนำไปสู่การขับเคลื่อนบน*ยุทธศาสตร์เชิงนวัตกรรม* (Innovation Strategy) และนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Innovation) เน้นการส่งผลในทิศทางเดียวกันกับ UN SDGs ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561 - 2580 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 แผนการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ.2564 – 2570 ฉบับปรับปรุง พ.ศ.2566 – 2570 แผนด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ.2566 – 2570 ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม

RMUTT Flagship Strategic

RMUTT Flagship Strategic

SDGs

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก

อุตสาหกรรมเป้าหมาย 10 S - Curve

1. เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
2. การแปรรูปอาหาร

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 - 2580)

ยุทธศาสตร์ 2 : การสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์ 3 : การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
ยุทธศาสตร์ 4 : การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม
ยุทธศาสตร์ 5 : การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิต ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)

ยุทธศาสตร์ 7 : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์
ยุทธศาสตร์ 8 : การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม
ยุทธศาสตร์ 9 : การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก

อุตสาหกรรมเป้าหมาย 10 S - Curve

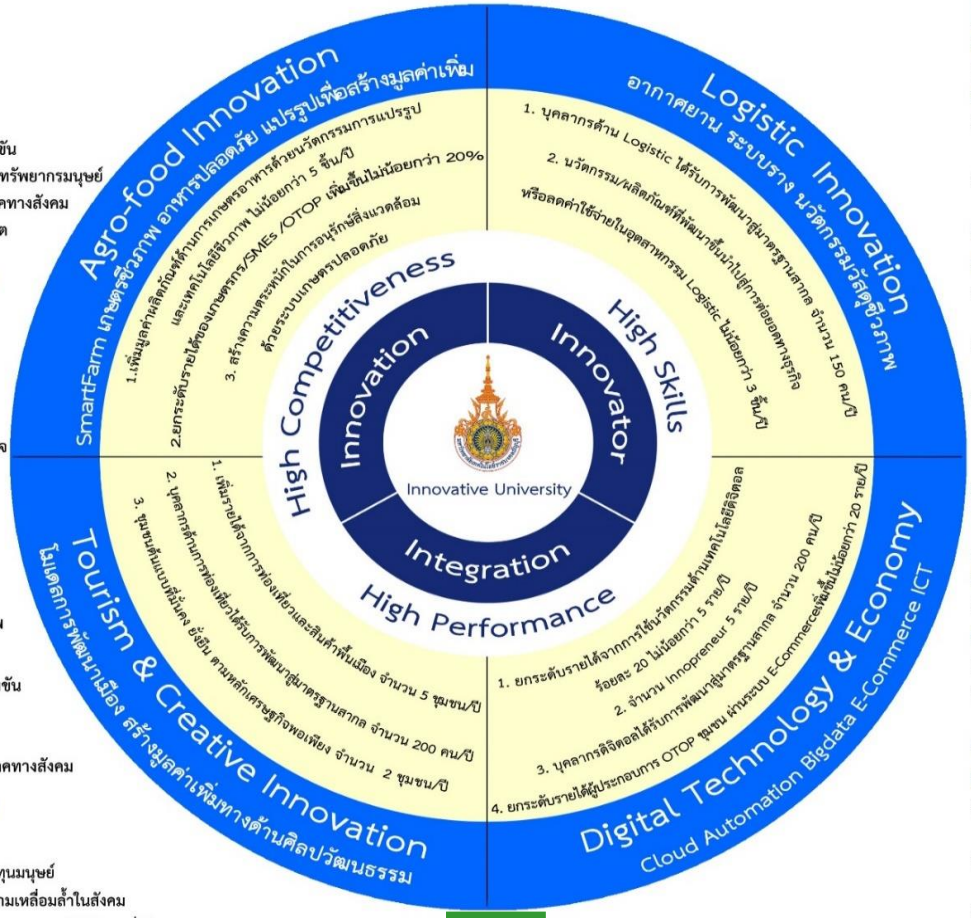
การท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 - 2580)

ยุทธศาสตร์ 2 : การสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์ 3 : การพัฒนาและเสริมสร้าง ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
ยุทธศาสตร์ 4 : การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)

ยุทธศาสตร์ 1 : การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
ยุทธศาสตร์ 2 : การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
ยุทธศาสตร์ 3 : การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ 10 : ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา



เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก

อุตสาหกรรมเป้าหมาย 10 S - Curve

1. การบินและโลจิสติกส์

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 - 2580)

ยุทธศาสตร์ 2 : การสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์ 3 : การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)

ยุทธศาสตร์ 1 : การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
ยุทธศาสตร์ 3 : การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ 10 : ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก

อุตสาหกรรมเป้าหมาย 10 S - Curve

1. อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ 2. ดิจิทัล 3. หุ่นยนต์

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 - 2580)

ยุทธศาสตร์ 2 : การสร้างความสามารถในการแข่งขัน
ยุทธศาสตร์ 3 : การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)

ยุทธศาสตร์ 1 : การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์
ยุทธศาสตร์ 3 : การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
ยุทธศาสตร์ 10 : ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

BCG

Learning to be Innovator : การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกร	Research for Innovator : การวิจัยเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม	Social and Culture Enhance by Innovation : การบริหารวิชาการและเพิ่มคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม

Innovative Management : การบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม

การผลิตกำลังคน งานวิจัยและนวัตกรรมขับเคลื่อน 12 อุตสาหกรรมเป้าหมายบนฐานเศรษฐกิจ BCG

B = Bio Economy C = Circular Economy G = Green Economy)

Learning to be Innovator : การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกร	Research for Innovation : การวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรม	Social and Culture Enhance by Innovation : การบริการวิชาการและเพิ่มคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม

WORKFORCE (Student, Up skill, Re skill, New Skill)

SESEARCHERS/ACADEMIC STAFF

RESEARCH&INNOVATION

Grooming → Scouting → Utilization

1. อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next – Generation Automotive)
2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics)
3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent Medical and Wellness Tourism)
4. อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnology)
5. อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร (Food for the Future)
6. หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม (Robotics)
7. อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ Aviation and Logistics)
8. อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals)
9. อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital)
10. อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub)
11. อุตสาหกรรมป้องกันประเทศ (Defense Industry)
12. อุตสาหกรรมพัฒนาคนและการศึกษา (Education and Human Resource Development)

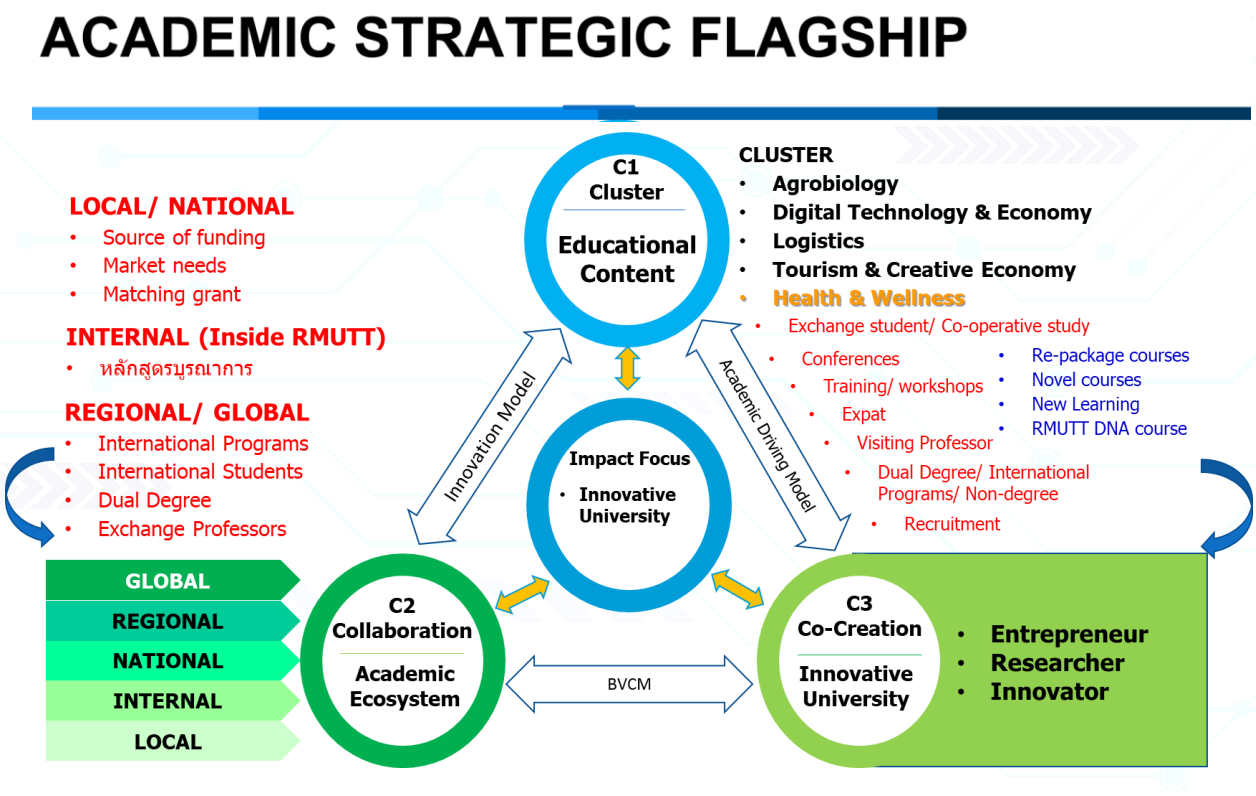
RMUTT INNOVATIVE ECOSYSTEM

การวางฐานสร้างระบบนิเวศนวัตกรรม ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผ่านปัจจัยหลัก 5 ด้าน ได้แก่

1. Research, Education & Support Program
2. Student & Graduated Student Activities
3. Incubators & Accelerator & Co working Space
4. Alumni & Network
5. Competition, Event, Seminar

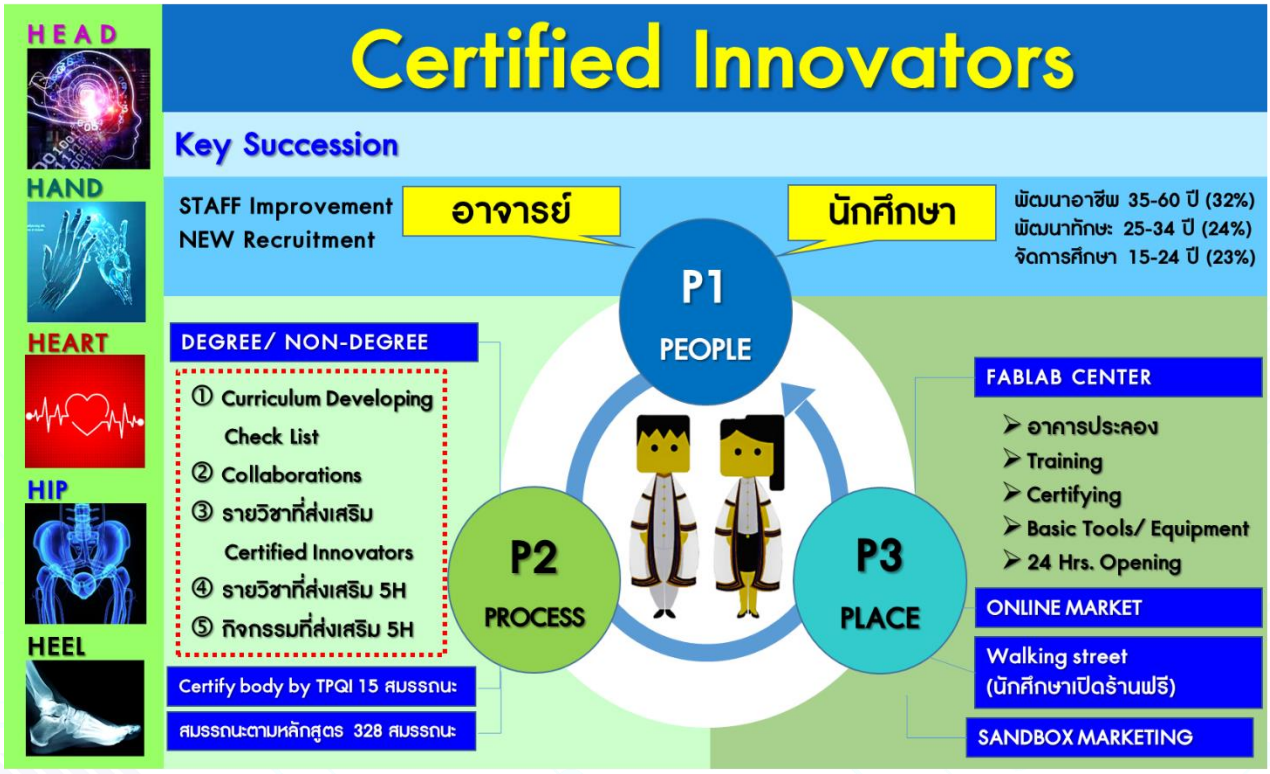
แนวทางการพัฒนายกระดับคุณภาพกำลังคน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้หลัก 3C (Cluster, Co-Creation and Collaboration) ในการกำหนดกลยุทธ์ทางด้านการจัดการศึกษา เพื่อพัฒนากำลังคน

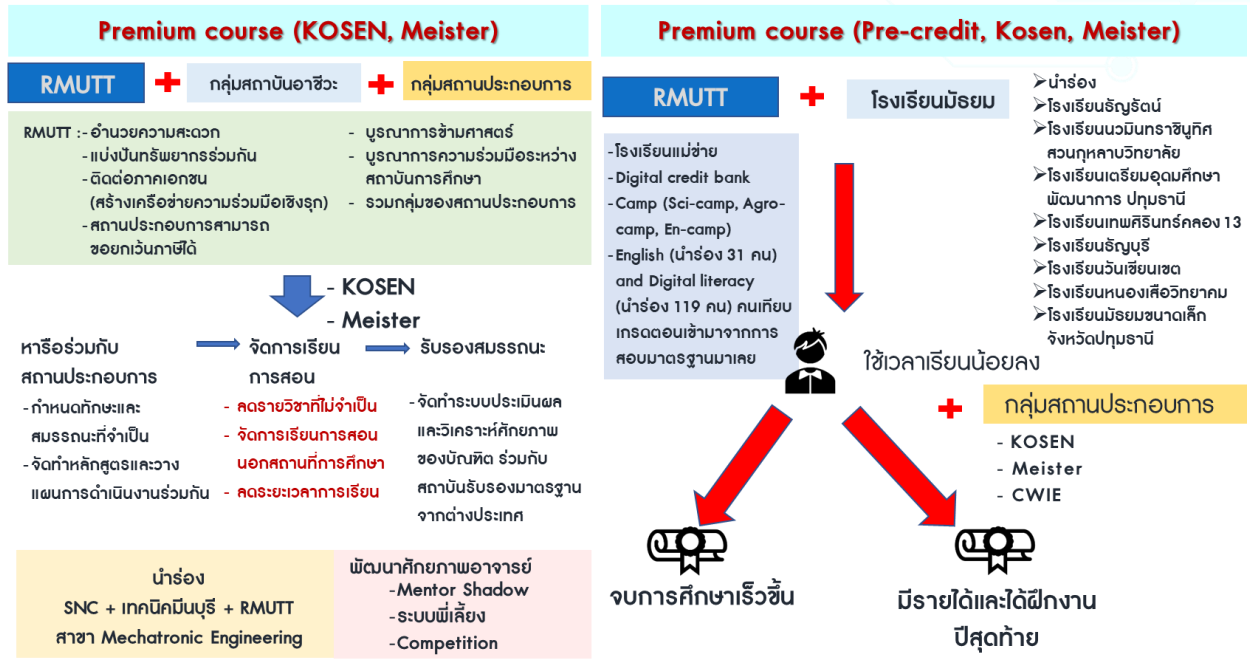


ในการพัฒนานักศึกษาให้เป็นนักนวัตกร ทาง มทร.ธัญบุรี ใช้หลัก 5H (Head, Hand, Heart, Hip, Heel) ในการพัฒนานักศึกษาซึ่ง 1) Head คือมีความรู้ความสามารถทางด้านวิชาชีพและมีแนวความคิดในการเป็นนวัตกร 2) Hand คือมีทักษะและสมรรถนะในการปฏิบัติงานตามวิชาชีพ 3) Heart คือมีการปฏิบัติงานด้วยใจรักในวิชาชีพ 4) Hip คือมีสุขภาพที่ดี และ 5) Heel คือมีความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตัวเอง สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต

CERTIFIED INNOVATORS



NEW LEARNING SYSTEM



ในระบบการเรียนการสอนยุคใหม่ สำหรับการจัดการศึกษาในหลักสูตรปกติจะเป็นหลักสูตรแบบ Premium course (KOSEN, Meister) โดยเป็นการพัฒนาร่วมกันระหว่าง มทร.ธัญบรี กลุ่มสถาบันอาชีวศึกษา และกลุ่มสถานประกอบการ โดย มทร.ธัญบุรี ทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวก แบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน ประสานงานติดต่อภาคเอกชน (สร้างเครือข่ายความร่วมมือเชิงรุก) ซึ่งสถานประกอบการสามารถขอยกเว้นภาษีได้ มีการจัดหลักสูตรที่มีการบูรณาการข้ามศาสตร์ การบูรณาการความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษากับกลุ่มของสถานประกอบการ

โดยขั้นตอนการทำงานคือ หารือร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อกำหนดทักษะและสมรรถนะที่จำเป็น จัดทำหลักสูตรและวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน ในการจัดการเรียนการสอน จะมีการลดรายวิชาที่ไม่จำเป็น การจัดการเรียนการสอนนอกสถานที่การศึกษา เพื่อลดระยะเวลาการเรียนในมหาวิทยาลัย ในพัฒนาสมรรถนะให้ตรงกับความต้องการ ต้องมีการจัดทำระบบประเมินผลและวิเคราะห์ศักยภาพของบัณฑิต ร่วมกับสถาบันรับรองมาตรฐานจากต่างประเทศ

ในการจัดการเรียนการสอนอีกลักษณะหนึ่งเป็นลักษณะของการจัดการเรียนการสอนล่วงหน้า หรือแบบสะสมหน่วยกิต แบบ Premium course (Pre-credit, Kosen, Meister) โดยจะเป็นการร่วมมือระหว่าง มทร.ธัญบุรี โรงเรียนเครือข่าย และสถานประกอบการ เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาศึกษาสามารถสำเร็จการศึกษาได้เร็วขึ้นและสามารถมีรายได้ระหว่างการศึกษา

ส่วนที่ 2

นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี
พ.ศ. 2563 - 2580

นโยบายและยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2563 - 2580

และแผนปฏิบัติราชการ 3 ปี พ.ศ. 2563 - 2565 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

RMUTT

Moving Towards

Innovative University

ฉบับสภามหาวิทยาลัยอนุมัติ
ในการประชุมสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ครั้งที่ 11/2562 วันพุธที่ 27 พฤศจิกายน 2562

กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

นโยบายและยุทธศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2563-2580

ปรัชญา (Philosophy)

"นวัตกรรมสร้างชาติ
ราชมงคลธัญบุรีสร้างนวัตกรรม"

ปณิธาน (Determination)

"มุ่งมั่นจัดการศึกษาและวิจัย
ผลิตนวัตกรและนวัตกรรมที่ทรงคุณค่า
ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน"

วิสัยทัศน์ (Vision)

มหาวิทยาลัยนวัตกรรม
ที่สร้างคุณค่า สู่สังคมและประเทศ

RMUTT
www.rmutt.ac.th ราชมงคลธัญบุรี

พันธกิจ (Mission)

1. ผลิตและพัฒนากำลังคนให้มีความสามารถทางวิชาการ วิชาชีพ คิดสร้างสรรค์ และเรียนรู้ตลอดชีวิต
2. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ งานสร้างสรรค์ และนวัตกรรม สู่การนำไปใช้ประโยชน์ในภาคอุตสาหกรรม สังคม ชุมชน หรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์
3. ให้บริการวิชาการแก่ชุมชนในพื้นที่เป้าหมายหรือภาคประกอบการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
4. ทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
5. บริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

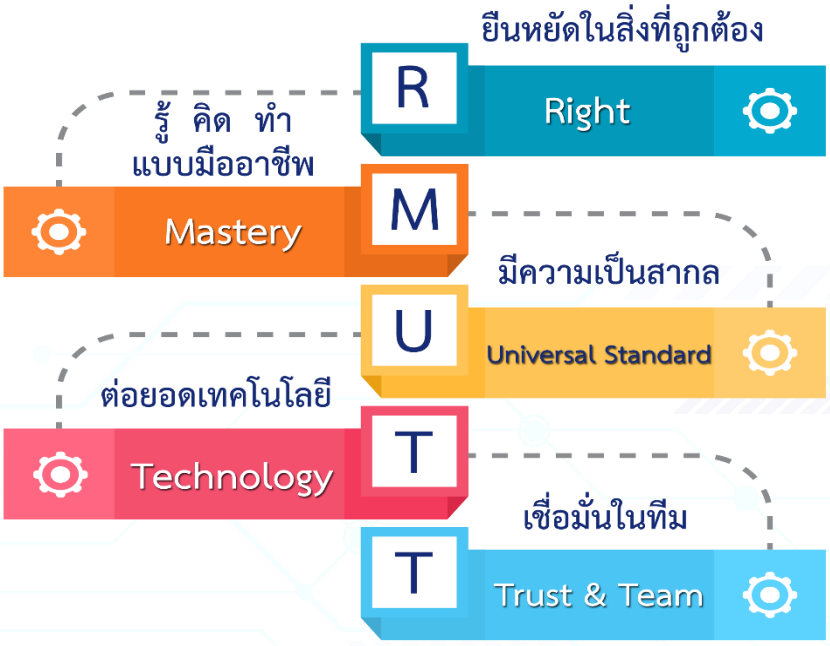
เอกลักษณ์ (Uniqueness)

“มหาวิทยาลัยนักปฏิบัติ
พัฒนานวัตกร และสร้างสรรค์นวัตกรรม”

อัตลักษณ์ (Identity)

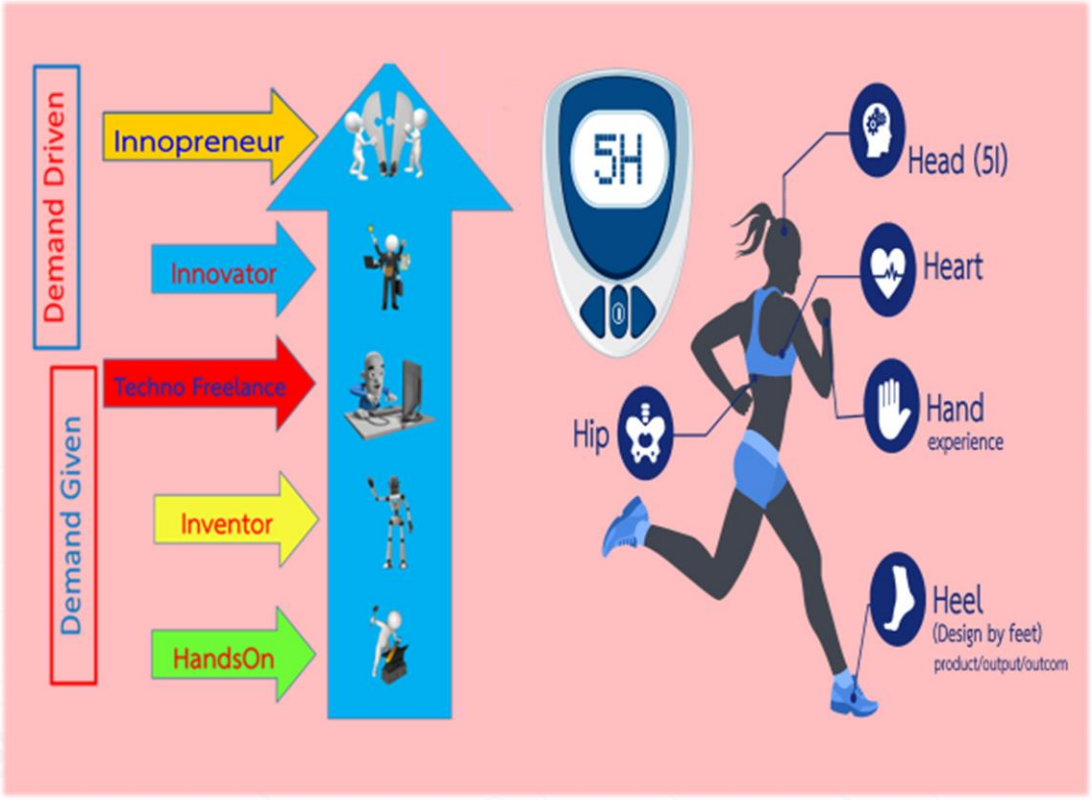
“นักปฏิบัติ นักคิด นักสร้างสรรค์นวัตกรรม”

ค่านิยมองค์กร (Core Values)



วัฒนธรรมองค์กร (Organization Working Culture)

คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มทร.ธัญบุรี



คุณสมบัติของบัณฑิตที่พึงประสงค์จากรูปด้านบน ประกอบไปด้วย 5H คือ Head, Heart, Hand, Hip และ Heel ซึ่งมีรายละเอียดในการพัฒนานักศึกษาดังต่อไปนี้

1. **Head** : ความรู้และวิธีการคิดของบัณฑิตที่ถูกปลูกฝังโดยมหาวิทยาลัย
2. **Heart** : บัณฑิตถูกปลูกฝังให้มีคุณลักษณะ “ทำไปด้วยใจสั่งมา” มีใจรักที่จะทำ จนเป็นวิถีชีวิต
3. **Hand** : สมรรถนะและทักษะต่าง ๆ ที่บัณฑิตสามารถปฏิบัติและแสดงออกมาเห็นได้อย่างชัดเจน
4. **Hip** : การส่งเสริมคำนึงถึงสุขภาพและบุคลิกภาพที่ดี เพื่อนำไปสู่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
5. **Heel** : การส่งเสริมให้บัณฑิตสามารถพัฒนาศักยภาพตนเองได้หลังจบการศึกษาแล้ว

ส่วนที่ 3

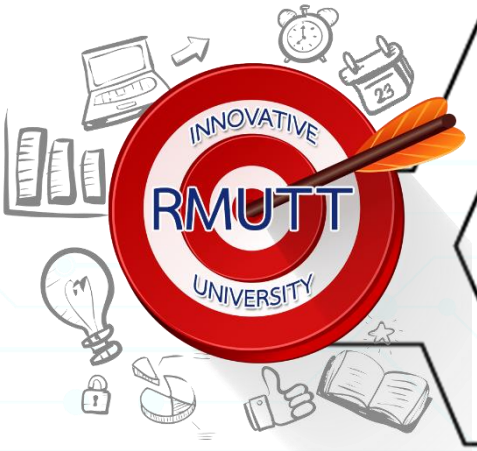
นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

ปีงบประมาณ 2565

e-Libra
SERVICE
e-Book
e-Journal
e-Thesis

นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี ปีงบประมาณ 2565

กลไกการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี



Strategic Issues – 4 SI
4 ประเด็นยุทธศาสตร์

Object – 4 O
4 เป้าประสงค์

Key Results – 26 KR
26 ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ

Strategy – 32 S
32 กลยุทธ์

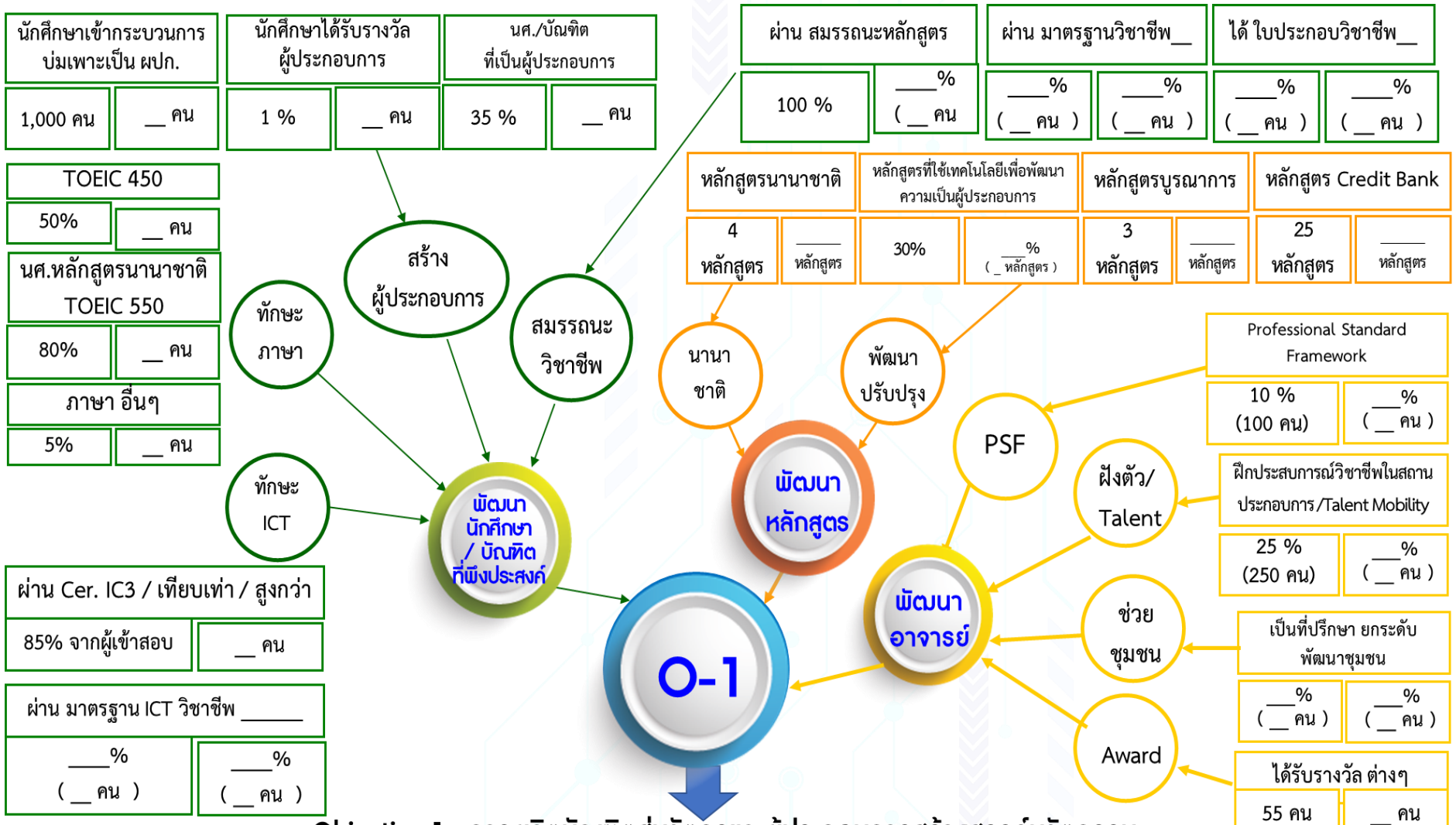
ยกระดับคุณภาพ ด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ด้าน

1 Learning to be Innovator :
การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกร

2 Research for Innovation :
การวิจัยเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม

3 Social and Culture Enhance by Innovation :
การบริการวิชาการและเพิ่มคุณค่า
ด้วยศิลปวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม

4 Innovative Management :
การบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม



Objective 1 : การผลิตบัณฑิตสู่นวัตกรและผู้ประกอบการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

Learning to be Innovator : การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกร

เป้าประสงค์ (Objectives)						
O1: การผลิตบัณฑิตสู่นวัตกรและผู้ประกอบการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ						
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 1.1 นักศึกษาที่ผ่านมาตรฐานสมรรถนะระดับชาติและนานาชาติ						
1.1.1 นักศึกษามีสมรรถนะด้านดิจิทัลขั้นพื้นฐานตามมาตรฐาน IC3 หรือเทียบเท่า หรือสูงกว่า	ร้อยละ	94.66	85	90	90	90
1.1.2 นักศึกษามีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพ เช่น BIM,SAP,SPSS, ICDL, ComTiA, MOS, เป็นต้น (ระบุมาตรฐานด้าน ICT ที่คณะเลือก)						
1.1.3 นักศึกษามีผลการทดสอบ TOEIC ตั้งแต่ 450 คะแนนขึ้นไป หรือเทียบเท่า	ร้อยละ	2.75	50	55	60	65
1.1.4 นักศึกษาหลักสูตรนานาชาติ และหลักสูตรภาษาอังกฤษ มีผลการทดสอบ TOEIC ตั้งแต่ 550 คะแนนขึ้นไป หรือเทียบเท่า	ร้อยละ	26.70	80	85	90	95

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
1.1.5 นักศึกษาสอบผ่านสมรรถนะวิชาชีพตามหลักสูตรที่กำหนด	ร้อยละ	78.44	100	100	100	100
1.1.6 นักศึกษามีผลสอบสมรรถนะจากหน่วยงานภายนอก (คณะระบุสมรรถนะและหน่วยงาน)						
KR 1.2 นักศึกษาที่ได้รับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ						
KR 1.2.1 นักศึกษาเข้าสู่กระบวนการบ่มเพาะเตรียมความพร้อมเป็นผู้ประกอบการ	คน	750	1,000	1,100	1,200	1,300
KR 1.2.2 นักศึกษาได้รับรางวัลผู้ประกอบการ	ร้อยละ	-	1	5	10	20
KR 1.3 นักศึกษาหรือบัณฑิตที่เป็นผู้ประกอบการ (จบการศึกษาไม่เกิน 5 ปี) ที่เกิดจากกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมของมหาวิทยาลัย	ร้อยละ	34.54	35	40	45	50

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 1.4 หลักสูตร/โปรแกรมเฉพาะที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Technological/ Innovation - Driven Entrepreneurial Education)	ร้อยละ	29.17	30	50	50	50
1.4.1 จำนวนหลักสูตรด้าน Agro-food Innovation ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ						
1.4.2 จำนวนหลักสูตรด้าน Logistic Innovation ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ						
1.4.3 จำนวนหลักสูตรด้าน Digital Technology & Economy ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ						
1.4.4 จำนวนหลักสูตรด้าน Tourism & Creative Innovation ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ						
1.4.5 จำนวนหลักสูตรด้าน Health and Wellness ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ						

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 1.5 หลักสูตรบูรณาการ	หลักสูตร	1	3	3	3	3
KR 1.6 หลักสูตร Credit Bank	หลักสูตร	20	25	30	35	40
KR 1.7 หลักสูตรระดับปริญญานานาชาติ	หลักสูตร	-	4	6	8	10
KR 1.8 การพัฒนาอาจารย์						
1.8.1 อาจารย์ได้รับการพัฒนาตามมาตรฐาน PSF/UK PSF	ร้อยละ	-	10 (100 คน)	30	60	100
1.8.2 อาจารย์ที่ไปฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานประกอบการหรือแลกเปลี่ยนความรู้สู่ภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม/ชุมชน	ร้อยละ	15.65 (157 คน)	25 (250 คน)	30	40	50
1.8.3 อาจารย์ได้รับรางวัลระดับชาติและนานาชาติ	คน	8	55	60	65	70

OKRs

Objective and Key Results

bjective

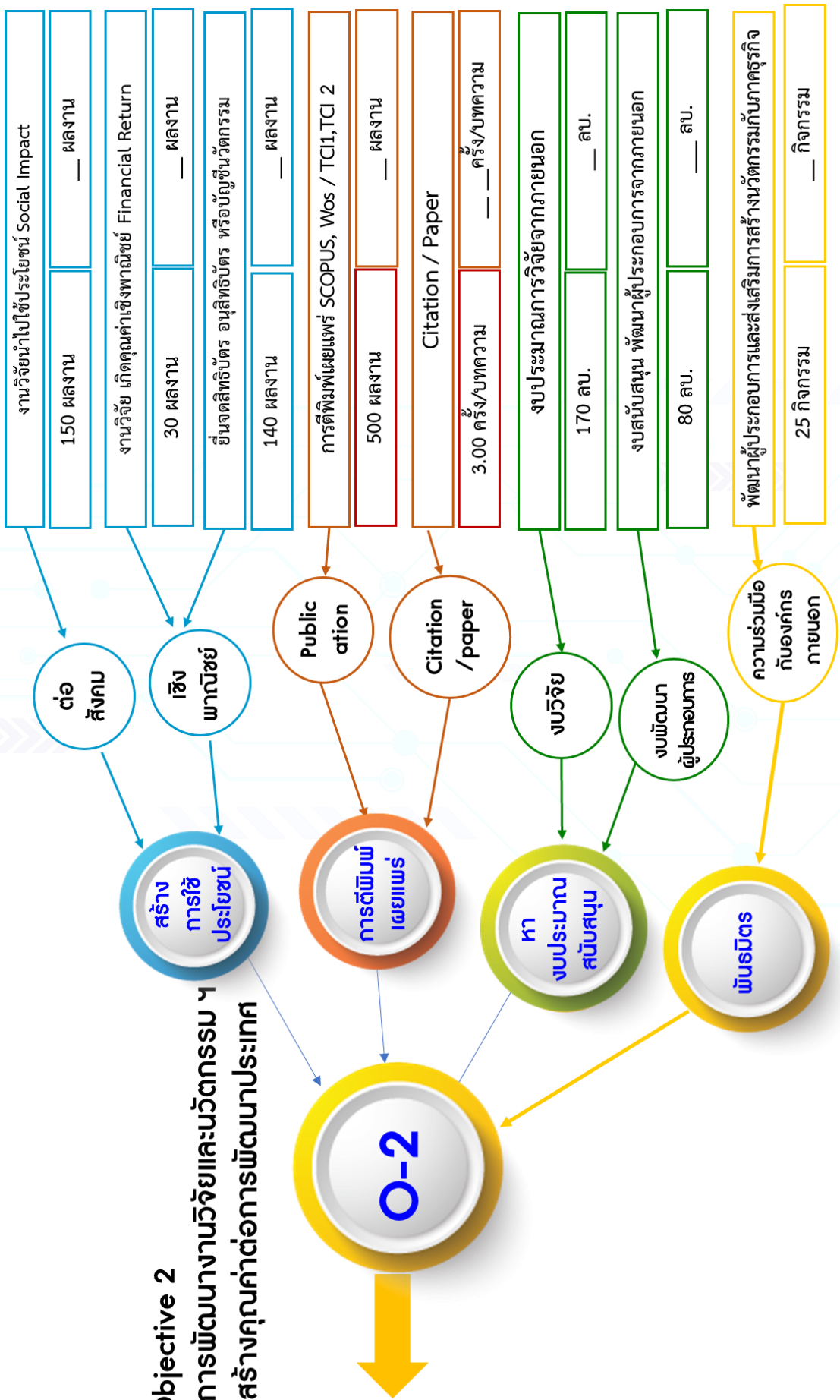
การกำหนดเป้าประสงค์ของแต่ละระดับ ตั้งแต่มหาวิทยาลัย/คณะ/หน่วยงานถึงบุคลากร

Key Results

กำหนดตัววัดผลที่เป็นวิธีการที่ทำให้มหาวิทยาลัย/คณะ/หน่วยงานประสบความสำเร็จ

กลยุทธ์ (Strategy)

1. พัฒนาระบบที่ส่งเสริมให้นักเรียนที่เก่ง ดี และมีศักยภาพเข้ามาศึกษาต่อ
2. พัฒนาหลักสูตรและยกระดับหลักสูตรสู่มาตรฐานสากล
3. พัฒนากระบวนการเรียนการสอนให้ดีขึ้นและในรูปแบบใหม่ๆ รวมทั้งสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน เช่น สหวิทยาการ
4. พัฒนาสมรรถนะนักศึกษาตามคุณสมบัติบัณฑิตที่พึงประสงค์
5. สร้างระบบนิเวศเพื่อการศึกษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยระบบห่วงโซ่คุณค่า เช่น ห้องปฏิบัติการสร้างต้นแบบนวัตกรรม Innovation Zone, Fabrication Lab, Maker club
6. พัฒนาสมรรถนะอาจารย์ตามคุณสมบัติอาจารย์ที่พึงประสงค์
7. พัฒนาระบบเพื่อดึงดูดบุคลากรที่ดี เก่ง และมีศักยภาพเข้ามาทำงานกับองค์กร
8. พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของผู้เรียน
9. พัฒนานักศึกษาให้มีความคิดในเชิงผู้ประกอบการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innopreneur , UBI)
10. พัฒนาสมรรถนะนักศึกษาให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากล
11. ยกระดับศักยภาพบัณฑิตให้มีทักษะสอดคล้องกับพลวัตทางสังคมของแต่ละวิชาชีพ
12. ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาทักษะเพื่ออนาคต (Up-skills/Re-skills/New-skills)
13. ส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับกลุ่มสังคมผู้สูงวัย


Objective 2
: การพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรม ฯ
ที่สร้างคุณค่าต่อการพัฒนาประเทศ
O-2
สร้างการใช้ประโยชน์
การตีพิมพ์เผยแพร่
หางบประมาณสนับสนุน
พันธมิตร
ต่อสังคม
เชิงพาณิชย์
Public ation
Citation /paper
งบวิจัย
งบพัฒนาผู้ประกอบการ
ความร่วมมือกับองค์กรภายนอก
งานวิจัยนำไปใช้ประโยชน์ Social Impact
150 ผลงาน
__ ผลงาน
งานวิจัย เกิดคุณค่าเชิงพาณิชย์ Financial Return
30 ผลงาน
__ ผลงาน
ยื่นจดสิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร หรือบัญชีนวัตกรรม
140 ผลงาน
__ ผลงาน
การตีพิมพ์เผยแพร่ SCOPUS, Wos / TCI1,TCI 2
500 ผลงาน
__ ผลงาน
Citation / Paper
3.00 ครั้ง/บทความ
__ครั้ง/บทความ
งบประมาณการวิจัยจากภายนอก
170 ลบ.
__ ลบ.
งบสนับสนุน พัฒนาผู้ประกอบการจากภายนอก
80 ลบ.
__ ลบ.
พัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมกับภาคธุรกิจ
25 กิจกรรม
__ กิจกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2
Research for Innovation: การวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรม

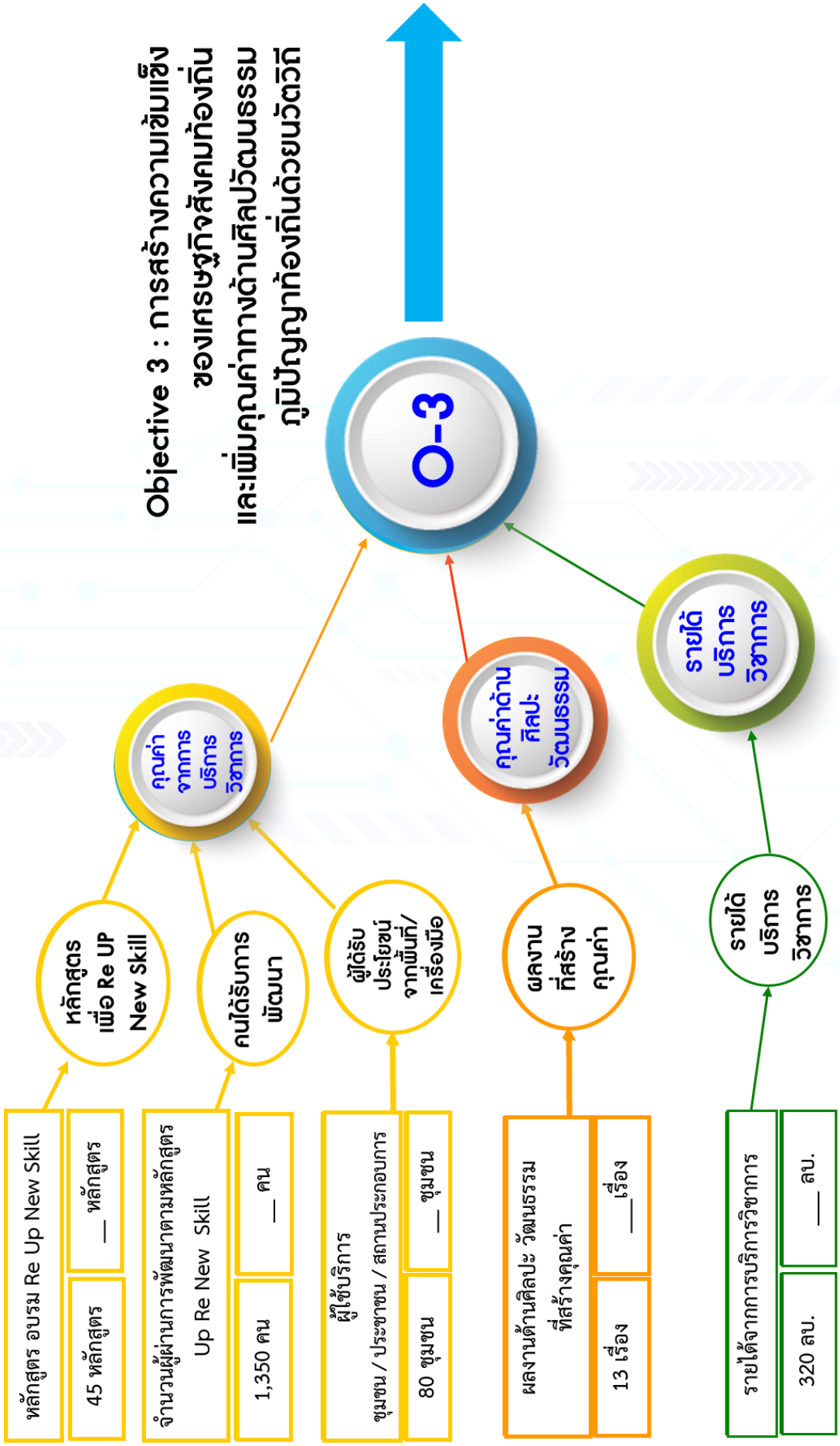
เป้าประสงค์ O1 (Objectives)						
O2 : การพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ						
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 2.1 งานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม หรืองานสร้างสรรค์ถูกนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตอบโจทย์ท้าทายของประเทศ และพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน	จำนวนผลงานวิจัย	80	150	170	190	210
2.1.1 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Argo-food Innovation ที่นำไปใช้ประโยชน์						
2.1.2 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Logistic Innovation ที่นำไปใช้ประโยชน์						
2.1.3 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Digital Technology & Economy ที่นำไปใช้ประโยชน์						

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
2.1.4 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Tourism & Creative Innovation ที่นำไปใช้ประโยชน์						
2.1.5 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Health and Wellness ที่นำไปใช้ประโยชน์						
KR 2.2 ผลงานวิจัย งานสร้างสรรค์ องค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีพร้อมใช้ ถูกนำไปสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ ให้กับภาคการผลิตหรือบริการ หรือภาคธุรกิจ	จำนวนผลงานวิจัย	39	30	35	40	45
KR 2.3 ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ หรือ งานสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ ในฐานข้อมูลในระดับนานาชาติ SCOPUS, WOS / ระดับชาติ TCI 1 , TCI 2	จำนวนผลงานวิจัย	305	500	650	650	650
KR 2.4 ผลงานวิจัยที่อ้างอิง (Citation)	ครั้ง/บทความ	3.05	3.0	3.10	3.20	3.30

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 2.5 จำนวนผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม หรืองานสร้างสรรค์ ที่ได้รับเลขที่คำขอหรือเลขที่ สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร หรือบัญชีนวัตกรรม ที่คณะกรรมการตรวจสอบ คุณสมบัติผลงานนวัตกรรม ที่ขอขึ้นทะเบียนบัญชีนวัตกรรม ไทยอนุมัติ และจัดส่งข้อมูลให้ สำนักงบประมาณแล้ว	จำนวนผลงานวิจัย	65	140	150	160	170
KR 2.6 งบประมาณวิจัยจาก หน่วยงานภายนอก (PPP, Industry, Government)	ล้านบาท	123	170	190	210	230
KR 2.7 งบประมาณจากแหล่งทุนภายนอกสนับสนุนการสร้างผู้ประกอบการ/ธุรกิจใหม่ (Startup Co-Investment Funding)	ล้านบาท	80	80	100	120	140
KR 2.8 ความร่วมมือเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมกับภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม University – Industry Linkage)	กิจกรรม	5	25	30	40	50

กลยุทธ์ (Strategy)

1. พัฒนาและยกระดับคุณภาพงานวิจัยในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของประเทศ
2. ส่งเสริมการยกระดับคุณภาพงานวิจัยและยกระดับนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ท้าทายของประเทศด้วย Strategic Partnership กับองค์กรภาครัฐและเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ
3. ส่งเสริมการพัฒนาการวิจัยและสร้างนวัตกรรมเชิงพื้นที่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม
4. ส่งเสริมการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมสู่การสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์
5. พัฒนาอาจารย์ให้เป็นนักวิจัยมืออาชีพและพัฒนานวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของประเทศ
6. ส่งเสริมการเผยแพร่ผลงานวิจัยและนวัตกรรมทั้ง Publication, IP และต่อยอดเชิงพาณิชย์
7. แสวงหาแหล่งทุนเพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม
8. แสวงหาความร่วมมือเพื่อสร้างและผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการ/ธุรกิจใหม่


Objective 3 : การสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจสังคมท้องถิ่น และเพิ่มคุณค่าทางด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตวิถี
O-3
คุณค่าจากการบริการวิชาการ
คุณค่าด้านศิลปะวัฒนธรรม
รายได้บริการวิชาการ
หลักสูตรเพื่อ Re UP New Skill
คนได้รับการพัฒนา
ผู้ได้รับประโยชน์จากพื้นที่/เครื่องมือ
ผลงานที่สร้างคุณค่า
รายได้บริการวิชาการ
หลักสูตร อบรม Re Up New Skill
45 หลักสูตร
__หลักสูตร
จำนวนผู้ผ่านการพัฒนาตามหลักสูตร Up Re New Skill
1,350 คน
__คน
ผู้ใช้บริการ ชุมชน / ประชาชน / สถานประกอบการ
80 ชุมชน
__ชุมชน
ผลงานด้านศิลปะ วัฒนธรรมที่สร้างคุณค่า
13 เรื่อง
__เรื่อง
รายได้จากการบริการวิชาการ
320 ลบ.
__ลบ.

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

Social and Culture Enhance by Innovation : การบริการวิชาการและเพิ่มคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์

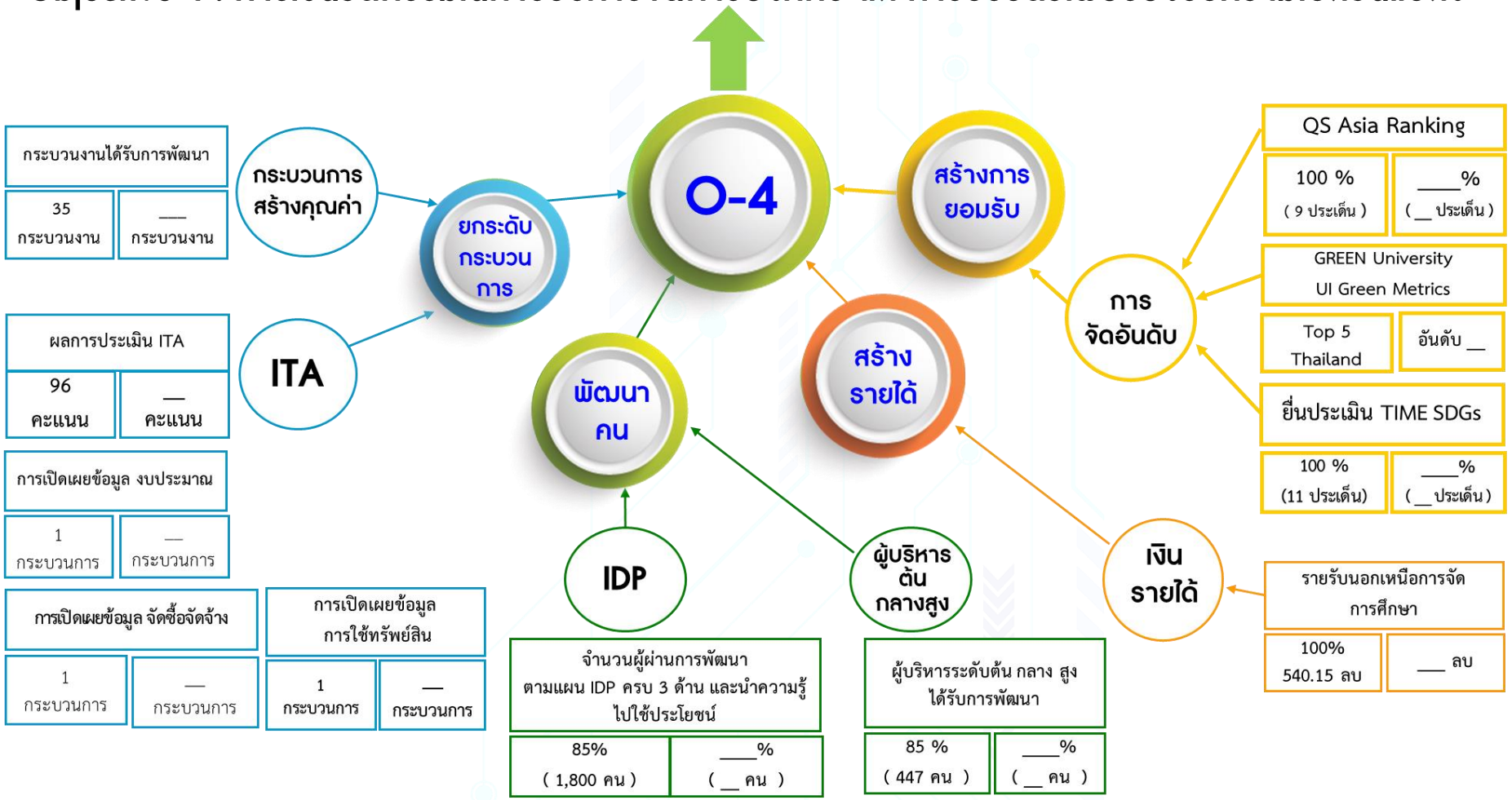
O3 : การสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจสังคมท้องถิ่น และเพิ่มคุณค่าทางด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตวิถี

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 3.1 พัฒนากำลังคน (Re-skill, Up-Skill, New-Skill) ที่ตอบโจทย์อุตสาหกรรมเป้าหมาย และ EEC						
3.1.1 จำนวนหลักสูตร Re-skill, Up-skill, New-skill ที่พัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย และ EEC	หลักสูตร	68	45	45	45	45
3.1.2 จำนวนคนที่ได้รับการพัฒนาตามหลักสูตร Re-skill, Up-skill, New-skill หรือมาใช้บริการ (เรียน, อบรม, ใช้ห้อง lab, ให้คำปรึกษา)	คน	583	1,350	1,500	1,600	1,700
KR 3.2 ชุมชนเป้าหมาย หรือชุมชนที่มีความร่วมมือได้รับการยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น	ชุมชน	41	80	80	80	80
KR 3.3 รายได้จากการบริการวิชาการ	ล้านบาท	164.32	320	350	400	450
KR 3.4 ศิลปวัฒนธรรมที่ได้รับการสืบสาน สร้างสรรค์ และพัฒนาให้มีคุณค่า มูลค่าเชิงนวัตวิถีหรือเชิงพาณิชย์	เรื่อง	7	13	14	15	16

กลยุทธ์ (Strategy)

1. ส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปบริการวิชาการในลักษณะแบบให้เปล่าแบบที่ก่อให้เกิดรายได้หรือแบบร่วมทุน
2. ส่งเสริมการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม มาขับเคลื่อนให้เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่เพิ่มมูลค่า คุณค่า หรือต่อยอดเชิงพาณิชย์
3. ส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และกลุ่มผู้สูงอายุด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม
4. ส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานการผลิตด้วยการให้บริการด้านการทดสอบมาตรฐาน
5. ส่งเสริมการบริการวิชาการที่ก่อให้เกิดรายได้
6. ส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบสาน ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรม และพัฒนาต่อยอดให้เกิดคุณค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม

Objective 4 : การใช้นวัตกรรมในการบริหารจัดการองค์กร และการปรับตัวเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลง



ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4
Innovative Management: การบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์						
O4: การใช้นวัตกรรมในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและปรับตัวได้เร็วต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อความยั่งยืน						
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 4.1 กระบวนงานที่สร้างคุณค่า	กระบวนงาน	15	35	40	45	50
KR 4.2 ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินของหน่วยงานภาครัฐ (ITA)	ร้อยละ	89.43	96	97	98	99
KR 4.3 บุคลากรได้รับการพัฒนาสมรรถนะตามแผนพัฒนารายบุคคล (IDP)	ร้อยละ	25.13	85	90	95	100
KR 4.4 ผู้บริหารระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง ได้รับการพัฒนาทักษะเชิงบริหารจัดการอย่างน้อยคนละ 1 ครั้งต่อปี	ร้อยละ	21.18	85	90	95	100
KR 4.5 รายรับนอกเหนือจากการจัดการศึกษาเป็นไปตามแผน	ร้อยละ	-19.31	100 (540.15 ล้านบาท)	100	100	100

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วยนับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 4.6 การจัดอันดับมหาวิทยาลัยในระดับสากล						
KR 4.6.1 การจัดอันดับสถาบันอุดมศึกษาจาก QS Asia Ranking	ร้อยละ	-	100 (9 ประเด็น)	100 (9 ประเด็น)	100 (9 ประเด็น)	100 (9 ประเด็น)
KR 4.6.2 การจัดอันดับมหาวิทยาลัยสีเขียว	อันดับของประเทศ/ระดับการทำงาน	ระดับ 2	1 ใน 5 ของประเทศ	1 ใน 5 ของประเทศ	1 ใน 5 ของประเทศ	1 ใน 5 ของประเทศ
KR 4.6.3 ยื่นประเมิน THE Impact Ranking (SDGs)	ร้อยละ	-	100 (11 ประเด็น)	100 (11 ประเด็น)	100 (11 ประเด็น)	100 (11 ประเด็น)

กลยุทธ์ (Strategy)

1. ส่งเสริมการบริหารจัดการด้วยนวัตกรรมและการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกัน เพื่อการพัฒนาศักยภาพองค์กรรองรับการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับอย่างยั่งยืน (Organization Transformation)
2. ส่งเสริมการบริหารงานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมาภิบาล
3. พัฒนาระบบ Strategic Human Resource Management
4. แสวงหารายได้เพื่อสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน
5. ส่งเสริมกระบวนการการพัฒนามหาวิทยาลัยรองรับการประเมินในระดับสากล

RMUTT

ส่วนที่ 4

การติดตามและประเมินผล

การทบทวนนโยบายและ
ยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

การรับฟังความคิดเห็น
จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การเชื่อมโยงจากนโยบายและ
ยุทธศาสตร์สู่การจัดทำโครงการ
และงบประมาณ

การติดตามและประเมินผล

การสื่อสารและถ่ายทอด
นโยบายและยุทธศาสตร์
สู่ประชาคม

การถ่ายทอดเป้าประสงค์
และผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ
ระดับมหาวิทยาลัยสู่ระดับหน่วยงาน

แนวทางการติดตามและประเมินผล

การติดตามความก้าวหน้า และการประเมินผลสำเร็จของการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องโดยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results : KR) ที่สอดคล้องกับเป้าหมายหลักของนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย ซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีระบบการติดตามประเมินผลโดยยึดหลักการกระจายอำนาจโดยสนับสนุนให้ใช้กลไกการบริหารงานซึ่งมีคณบดี ผู้อำนวยการ เป็นผู้มีอำนาจและบทบาทอย่างเต็มที่ในการบริหารกลยุทธ์และติดตามประเมินผลและรับผิดชอบติดตามการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ตนรับผิดชอบโดยกองนโยบายและแผนเป็นผู้วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปในภาพรวมของมหาวิทยาลัย เพื่อทราบผลความก้าวหน้าในการปฏิบัติราชการรวมทั้งปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและหาแนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคให้งานบรรลุเป้าหมายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย ผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการออกแบบจัดทำ และขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย คณะกรรมการตรวจสอบของสภามหาวิทยาลัย และสภามหาวิทยาลัย เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ ให้เข้าสู่เป้าหมายตามระยะเวลาที่กำหนด

การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการ/กิจกรรม จะประเมินการนำส่งคุณค่า โดยใช้หลักการในการวิเคราะห์ ผ่าน 6P's Value System Delivery

1 People focused : มองการนำคุณค่าสู่คน (นศ. ,อาจารย์, ชุมชน, สถานประกอบการ) เช่น การสร้างนวัตกร (People) และการ Re-skill อาจารย์ (People) ดำเนินการอย่างไร มีผลลัพท์อะไรบ้าง?

2 Process focused : มองนวัตกรรมในทุกกระบวนการที่ทำ เช่น การปรับปรุงกระบวนการผลิตบัณฑิต และกระบวนการบริหารจัดการ (Process) ดำเนินการอย่างไร และมีนวัตกรรมอย่างไร? Key process ส่งต่อคุณค่า และส่งความมั่นคั่งอย่างไร? (Prosperity)

3 Product focused : เน้นนวัตกรรมนำคุณค่าในทุกสิ่งที่จะผลิต ผลผลิต ผลิตภัณฑ์มีอะไรบ้าง (Product) มีนวัตกรรมอย่างไร และก่อให้เกิดคุณค่า (Value system) กับใครอย่างไรบ้าง?

4 Place : นวัตกรรมนำคุณค่าสู่พื้นที่ทั้งในมหาวิทยาลัย และพื้นที่ชุมชน , ตำบล พัฒนาพื้นที่ (Place) และสภาพแวดแล้วโดยมีนวัตกรรม เชิงสมดุลอย่างไร ส่งความผาสุขรุ่งเรือง (peace) ส่วนใดบ้าง?

5 Project Innovation : มีการวางแผนโครงการหรือกิจกรรมใดบ้าง (Project setting)เพื่อรองรับการพัฒนาหน่วยงานของท่าน? ร่วมกับหน่วยงานใด? (Partnership)

- Vision
- Foresight

6 Problem Solving and solving Innovation : ดำเนินการแก้ปัญหาและอุปสรรค (Problem solving) และมีผลกระทบอย่างไรบ้างในในแง่การเงิน การผลิต สังคม และสิ่งแวดล้อม

การประเมินคุณค่าทางเศรษฐกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้นำแนวทางการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจของ ของโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ 1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย (มหาวิทยาลัยสู่ตำบลสร้างรากแก้วให้ประเทศ) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ มาประยุกต์ใช้กับการเมินคุณค่าทางเศรษฐกิจของโครงการ/กิจกรรม ภายใต้งบประมาณรายจ่าย และงบประมาณเงินรายได้ของมหาวิทยาลัย อาทิเช่น

การวิเคราะห์ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ อาทิเช่น

1. **การพัฒนาสัมมาอาชีพ และการสร้างอาชีพใหม่ (ยกระดับ OTOP/อาชีพอื่น ๆ)**

การวิเคราะห์ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจโดยชี้วัดจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากเดิมไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของกลุ่มเป้าหมายในภาพรวม

ผลิตภัณฑ์ชุมชน

<u>กรณีที่ 1 เพิ่มรายได้</u>

$$\left\{ \frac{\text{รายได้รวมหลังดำเนินกิจกรรม} - \text{รายได้รวมก่อนดำเนินกิจกรรม}}{\text{รายได้รวมก่อนดำเนินกิจกรรม}} \right\} \text{X } 100$$

<u>กรณีที่ 2 การเพิ่มมูลค่าเพิ่มหรือการยกระดับคุณภาพ</u>

คำนวณจาก มูลค่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น X จำนวนที่ผลิต

2. การสร้างและพัฒนา Creative Economy (การยกระดับการท่องเที่ยว)

การท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืน

<u>รายได้จากการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว</u>

รายได้เพิ่มขึ้น = จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น (คน) X ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (บาทต่อคน)

หรือ ค่าใช้จ่ายที่ลดลงเนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมดีขึ้น

3. การนำองค์ความรู้ไปช่วยบริการชุมชน (Health Care/ เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ)

กลุ่มเป้าหมายที่มหาวิทยาลัยได้นำเอาเทคโนโลยีเข้าไปช่วยในการเพิ่มศักยภาพการเกษตรในพื้นที่ เช่น การลดต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตร เพิ่มปริมาณผลผลิต เพิ่มคุณภาพผลผลิต

ทั้งนี้ คำนวณจากการใช้เทคโนโลยีก่อให้เกิดต้นทุนที่ลดลงหรือผลิตภาพที่เพิ่มขึ้น (เช่น จำนวนวันที่ลดลง จำนวนแรงงานที่ลดลง แปรเป็นมูลค่า)

4. การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม/Circular Economy (การเพิ่มรายได้หมุนเวียนให้แก่ชุมชน)

กลุ่มเป้าหมายที่มหาวิทยาลัยได้เข้าไปช่วยแก้ปัญหาสภาพแวดล้อมในชุมชนที่เกี่ยวข้อง เช่น การนำเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่ม

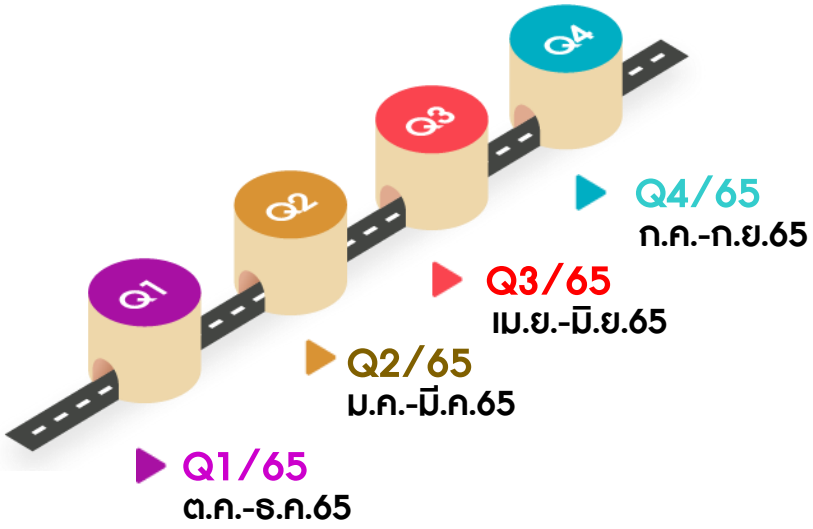
การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่มจากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร

รายได้ที่เพิ่มขึ้น

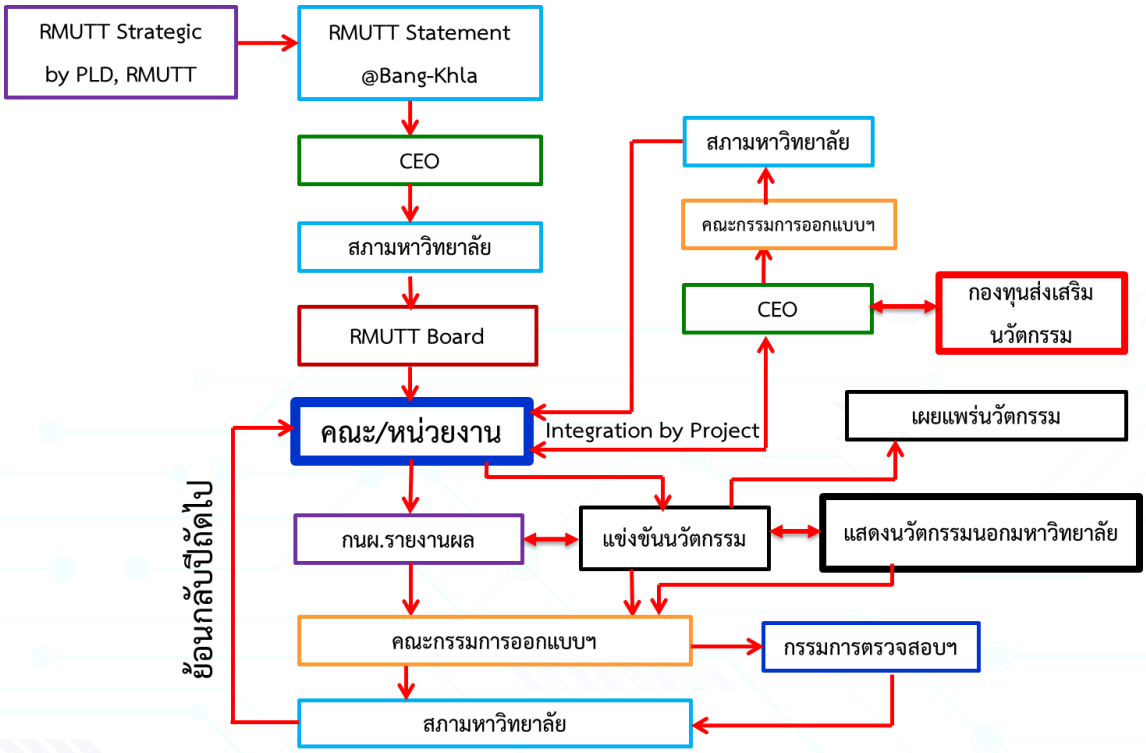
= รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ + ค่าใช้จ่ายในการกำจัดเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร – ค่าใช้จ่ายในการผลิต – ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

ระยะเวลาในการติดตามประเมินผล

การติดตามประเมินผลเป็นกลไกสำคัญเพื่อควบคุมการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ และก่อให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องโดยดำเนินการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ ระยะเวลาในการติดตามแบ่งออกเป็นรายไตรมาส จำนวน 4 ครั้งต่อปี คือ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน รอบ 3 เดือน รอบ 6 เดือน รอบ 9 เดือน และรอบ 12 เดือน โดยคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย ผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการออกแบบจัดทำ และขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะกรรมการตรวจสอบของสภามหาวิทยาลัย และสภามหาวิทยาลัย ติดตามประเมินผลความก้าวหน้าและผลสำเร็จ ผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อพิจารณาหาแนวทางแก้ไขให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย และใช้เป็นข้อมูลในการประเมินผลการดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์ รวมทั้งเป็นข้อมูลสำหรับการปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาวการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และการพัฒนาที่สามารถนำไปใช้กำกับการดำเนินงานตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ



RMUTT Strategic design & Implement Strategy



การติดตามและประเมินผล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การรายงาน

E - Report

- ระบบบริหารยุทธศาสตร์
- ระบบบริหารโครงการ
- ERP
- GFMIS
- eMENSCR

รายไตรมาส

Manual

โครงการตามที่กำหนด

รายไตรมาส

การประชุม

- คณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนามทร.ธัญบุรี
- กรรมการบริหาร
- ผู้บริหารระดับสูง
- คณะกรรมการออกแบบ จัดทำ และขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ของ มทร.ธัญบุรี

รายเดือน

- คณะกรรมการตรวจสอบของสภามหาวิทยาลัย
- สภามหาวิทยาลัย

อย่างน้อย 2 ครั้ง/ปี

ติดตามผลรอบ 3, 6 ,9 และ 12 เดือน

4 ครั้ง/ปี

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

รศ.ดร.สมหมาย	ผิวสอาด	:	อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะผู้จัดทำ

ผศ.ดร.สุมนมาลย์	เนียมหลาง	:	รองอธิการบดี	ประธานคณะผู้จัดทำ
นายวิรัช	โหตระไวศยะ	:	รองอธิการบดี	
รศ.ดร.สุจิระ	ขอจิตต์เมตต์	:	รองอธิการบดี	
ผศ.อภิชาติ	ไก่ฟ้า	:	รองอธิการบดี	
รศ.ดร.กฤษณ์ชนม์	ภูมิกิตติพิชญ์	:	รองอธิการบดี	
ผศ.พงศ์พิชญ์	ต่วนภูษา	:	รองอธิการบดี	
นายเรืองศักดิ์	ภูธรธราช	:	รองอธิการบดี	
ผศ.ดร.เมธา	ศิริกูล	:	รองอธิการบดี	
รศ.ดร.เกียรติศักดิ์	พันธ์ลำเจียก	:	ผู้ช่วยอธิการบดี	
รศ.ดร.สรพงษ์	ภวสุปรีย์	:	ผู้ช่วยอธิการบดี	
ผศ.ปณิตา	สงวนทรัพย์	:	ผู้ช่วยอธิการบดี	
ผศ.ดร.นครินทร์	ปิ่นปฐมรัฐ	:	ผู้ช่วยอธิการบดี	
ผศ.อิทธิพล	โพธิพันธุ์	:	ผู้ช่วยอธิการบดี	
ผศ.ดร.อำนวย	เรืองวารี	:	ผู้ช่วยอธิการบดี	
รศ.ดร.บุญยัง	ปลั่งกลาง	:	ผู้ช่วยอธิการบดี	

นางสาวนวรัตน	นิลดับแก้ว	:	ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผน
นางสาวชลธิชา	ศิริลักษณ์	:	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการพิเศษ
นางสาวรัชดาภรณ์	แสงศรี	:	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการ
นาวสาวศิรินภา	จันทร์จิระ	:	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
นางสาวปุญญนุช	ผลโต	:	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
นายจตุพร	เมืองหมิ้น	:	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

ออกแบบและจัดทำกราฟิก

นายอาทิตย์	สุรางคนารักษ์	:	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นายสุภภักดิ์	รักษ์แก้ว	:	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

พิสูจน์อักษร

นางสาวพุทธิพร	เพชรคงแก้ว	:	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

RMUTT : Innovative University

RMUTT INNOVATIVE ECOSYSTEM

กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
39 หมู่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก(คลองหก) อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110
โทร 0 2549 4902 - 9 https://www.rmutt.ac.th