



-ร่าง- นโยบายและยุทธศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

พ.ศ. 2563 - 2580 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 1/ ต.ค.2563
ปีงบประมาณ 2564

RMUTT

Moving Towards Innovative University

สารบัญ

หน้า

ส่วนที่ 1 บริบทสำคัญต่อการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์

- 1.1 แนวคิดยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานขับเคลื่อนกระทรวง
โดย ศาสตราจารย์ ดร.เอนก เหล่าธรรมทัศน์
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์
วิจัย และนวัตกรรม
- 1.2 นโยบายและจุดเน้นการขับเคลื่อนกระทรวง อว. ปี 2564
- 1.3 การกำหนดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา 5 กลุ่มเชิงยุทธศาสตร์
- 1.4 RMUTT Transforming Mind Re-designing Innovativeness
(รศ.ดร.สมเจตน์ ทิณพงษ์ ประธานกรรมการออกแบบ
จัดทำ และขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ ของ มทร.ธัญบุรี)
- 1.5 เศรษฐศาสตร์การศึกษา
- 1.6 KAIZEN (ไคเซ็น)

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

- 2.1 ปรัชญา (Philosophy)
- 2.2 ปณิธาน (Determination)
- 2.3 วิสัยทัศน์ (Vision)
- 2.4 พันธกิจ (Mission)
- 2.5 เอกลักษณ์ (Uniqueness)
- 2.6 อัตลักษณ์ (Identity)
- 2.7 ค่านิยมองค์กร (Core Values)
- 2.8 วัฒนธรรมองค์กร (Organization Working Culture)
- 2.9 คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของ มทร.ธัญบุรี
- 2.10 RMUTT Flagship Strategic

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 3 นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี พ.ศ.2564

- 3.1 กลไกการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี
- 3.2 ยกระดับคุณภาพด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ด้าน
- 3.3 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1
- 3.4 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2
- 3.5 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3
- 3.6 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

ส่วนที่ 4 การติดตามและประเมินผล

ส่วนที่ 1

บริบทสำคัญต่อการ
ทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์





บริบทสำคัญต่อการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์

แนวคิดยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานขับเคลื่อนกระทรวง

โดย ศาสตราจารย์ ดร.เอนก เหล่าธรรมทัศน์

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม



“อว.คือหน่วยงาน
ที่จะนำความรู้และพลัง
ไปช่วยประชาชน”

บทบาทหลักของกระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม คือ การใช้ทรัพยากรบุคคล ความรู้จากการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ไปช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น อีกทั้งช่วยให้มีการพัฒนาสมรรถนะภาคธุรกิจ สังคม และความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้สูงขึ้น โดยต้องสร้างทรัพยากรบุคคลที่มีขีดความสามารถเพียงพอในการพัฒนาประเทศ เมื่อภาคธุรกิจและสังคมเข้มแข็งจะทำให้ประเทศมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นตามลำดับที่สำคัญกระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ต้องให้ความสำคัญกับหน่วยพื้นฐานของสังคม คือ **เอาประชาชนเป็นที่ตั้ง**

เป้าประสงค์หลักของกระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

“กระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
เป็นศูนย์กลางในการสร้างโอกาสและการเปลี่ยนแปลง
เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต สร้างกลไกเพื่อนำระบบการบริหารความรู้
ทรัพยากรมนุษย์ บูรณาการศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
สู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน”

- ▶ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงและสร้างนโยบาย โดยเอาประชาชนและผลลัพธ์ที่ต้องการเป็นที่ตั้ง
- ▶ เป็นมันสมองของชาติในการประเมินความต้องการในอนาคตด้านทรัพยากรบุคคลของไทย โดยอาศัยความรู้และข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่มีหน้าที่พัฒนาประชาชนและสังคม
- ▶ สร้างพันธมิตรความร่วมมือ (Collaborative Partners) โดยทำหน้าที่วิทยากรกระบวนการ (Facilitator) ให้เกิดตัวเร่งของการเปลี่ยนแปลง “Catalyst for Change” ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ▶ เป็นประตูเชื่อมไทยและสากล เพื่อให้เกิดการเข้าถึงองค์ความรู้ ทรัพยากรบุคคล และตลาดในระดับสากล (Co-Create and Borderless Mindset)
- ▶ เปิดให้ประชาชน เข้าถึงองค์ความรู้ เพื่อสร้างโอกาสและการเปลี่ยนแปลงระดับฐานราก
- ▶ เข้าร่วมรับผิดชอบการสร้างและพัฒนาชุมชนโดยการใช้ฐาน ววน. ที่ อว. สร้างและพัฒนาไว้

การเปลี่ยนแปลงของโลกและนัยยะสำคัญเชิงนโยบาย

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Forces of Change)



ระเบียบวาระการพัฒนาระดับอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม



- 1** เปลี่ยนความยากจนสู่ความมั่งมีอย่างทั่วถึง
- 2** ขับเคลื่อน Bio, circular and Green Economy (BCG) เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
- 3** ยกกระดับอุตสาหกรรม และวางรากฐานเพื่ออนาคต ด้วย อววน.
- 4** สร้างเสริมความมั่นคงของมนุษย์และพลังทางสังคมเพื่อการพัฒนาที่สมดุล
- 5** พลิกโฉมการอุดมศึกษาและพัฒนากำลังคนให้ตอบโจทย์ประเทศ
- 6** ปฏิรูประบบ อววน. ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม

ทิศทางเชิงยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์นี้ได้รับการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และ
เป็นไปตามเป้าประสงค์หลัก โดยแบ่งเป็น 4 เสาหลักสำคัญ ที่มีความเชื่อมโยง
กันเป็นระบบ ตั้งแต่ต้นน้ำ-ปลายน้ำ อันประกอบไปด้วย

- ◆ **Disseminate** : เผยแพร่ความรู้และงานวิจัยที่เกิดประโยชน์
และสัมฤทธิ์ผลตามเป้าประสงค์
- ◆ **Creation** : สร้างคนและผลิตความรู้
- ◆ **Utilize** : นำความรู้และผลงานวิจัย สร้างเป็นนวัตกรรม
ที่สามารถใช้ประโยชน์ได้
- ◆ **Institution** : สร้างองค์กรที่มีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

ที่สำคัญยุทธศาสตร์นี้ได้ให้ความสำคัญในการพิจารณาและ
ทบทวนจัดลำดับความสำคัญการดำเนินการ การจัดสรรงบประมาณ
และการปรับองค์กรเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ นอกจากนี้ยุทธศาสตร์
ที่พัฒนาขึ้นจะเป็นการให้แนวทาง เพื่อเสนอแนะกระบวนการในการ
ทำงานลักษณะพลวัตร ทั้งการพัฒนาโครงสร้างองค์กร กฎหมาย
กฎระเบียบ และวิธีการงบประมาณ ที่ต้องปรับให้ทันบริบทที่มีการ
เปลี่ยนแปลงตลอด โดยปัจจัยสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนให้สำเร็จ
ต้องทำควบคู่การสื่อสารที่แม่นยำ (Good Public Relation)

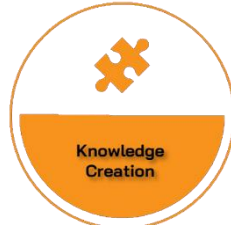
การดำเนินการตามทิศทางยุทธศาสตร์จะยึดหลัก 4 Pillars

Competitive Human
Resource and Workforce



สร้างทรัพยากร
บุคคลของประเทศ
ที่มีศักยภาพ และมี
ความสามารถในการ
แข่งขัน

Enhancing Research
Ecosystem



วางรากฐานและ
ยกระดับระบบนิเวศ
การวิจัยเพื่อพัฒนา
สังคมและภาคธุรกิจ
ให้มีความเข้มแข็ง
และยั่งยืน

Social and Economic Growth with
Knowledge/Wisdom/Innovation



นำผลงานวิจัยและ
นวัตกรรมไปใช้
สนับสนุนการพัฒนา
สังคมและเศรษฐกิจ
ของประเทศ

Higher Education
Institution



มหาวิทยาลัยผู้นำในการ
ขับเคลื่อนและพัฒนา
ของประเทศ เป็น
ศูนย์กลางในการ
เปลี่ยนแปลง และ
ยกระดับคุณภาพชีวิต

การกำหนดทิศทางยุทธศาสตร์ได้แบ่งออกเป็น 4 เสาหลัก ประกอบด้วย

1. **คน** ต้องพัฒนาให้มีศักยภาพ เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในท้ายที่สุด
2. **ระบบนิเวศการวิจัย** ทำอย่างไรให้ระบบวิจัยไปช่วยสังคมและธุรกิจให้แข็งแกร่ง
3. การเอา**องค์ความรู้**ของชุมชนสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์
4. **สถาบันการศึกษา** จะทำอย่างไรให้มหาวิทยาลัยมีส่วนเป็นผู้นำการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศ

เสาที่ 1

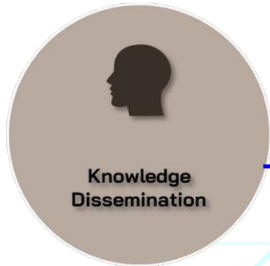
สร้างบุคลากรของประเทศที่มีศักยภาพและมีความสามารถในการแข่งขัน

การสร้างคนผ่านระบบการศึกษาที่มั่นคง รูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับทุกกลุ่มคน

สร้างโอกาส และความหวังให้ประชาชน เพื่อความยั่งยืนของประเทศ

Competitive Human

Resource and Workforce



สร้างทรัพยากร
บุคคลของประเทศ
ที่มีศักยภาพ และมี
ความสามารถในการ
แข่งขัน

ประชาชนและปัจเจกชน มีความสร้างสรรค์ มีความคาดหวัง
และสามารถวางแผนอนาคตที่ดีขึ้นได้

เพิ่มโอกาสคนในระบบอุดมศึกษา (Inclusiveness)
ยกระดับคนที่พ้นระบบอุดมศึกษาให้สามารถต่อยอดความรู้

พัฒนา และสรรหาทรัพยากรบุคคลจากทั้งภายใน
และภายนอกประเทศ (Global Reach)
และยกระดับทรัพยากรบุคคลไทยไปสู่ Global Citizen

สร้างภูมิคุ้มกันในการดำรงชีวิต และภูมิคุ้มกันของประเทศ
ผ่าน Science and Technology

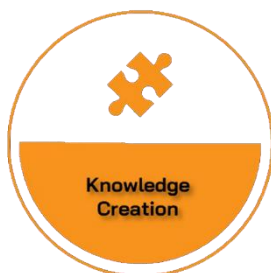
เสาที่ 2

วางรากฐานและยกระดับนิเวศการวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมและภาคธุรกิจให้เข้มแข็ง

ปรับแนวความคิดการส่งเสริมการทำวิจัยและนวัตกรรมในลักษณะ Outside-in มีบูรณาการ ผู้รับประโยชน์
งานวิจัยได้มีส่วนร่วม และสร้างโอกาสพัฒนาให้เกิดหน่วยธุรกิจและทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นรูปธรรม

Enhancing Research

Ecosystem



วางรากฐานและยกระดับ
ระบบนิเวศการวิจัยเพื่อ
พัฒนาสังคมและภาคธุรกิจ
ให้มีความเข้มแข็งและ
ยั่งยืน

สร้างระบบนิเวศงานวิจัยโดยเอาเป้าหมายสมรรถนะของสังคมและธุรกิจเป็นตัวตั้ง

ส่งเสริมงาน ววน. ที่มีอยู่ให้เข้มแข็งและยั่งยืน

บูรณาการข้ามศาสตร์ โดยบูรณาการ Soft Science (สังคมศาสตร์
มนุษยศาสตร์ ศิลปะศาสตร์) กับ Hard science (Multi-disciplinary)

ส่งเสริมการพัฒนางานวิจัยเพื่ออยู่บนพื้นฐานที่ใช้จุดเด่นของความเป็นไทย
(Hidden assets of Thainess and Thai way)

เปิดโอกาสให้ประชาชน ราษฎร์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ ร่วมสร้างและถ่ายทอด
องค์ความรู้ในระบบ อววน.

โจทย์วิจัยที่ให้ความสำคัญกับการวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Sciences)
ควบคู่ไปกับ Basic Sciences อย่างเหมาะสม

ผลักดันรูปแบบการ Spin-off งานวิจัยและนวัตกรรมจากหน่วยทำวิจัยและ
นวัตกรรม (ทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย) ให้เกิดเป็นธุรกิจรูปแบบต่าง ๆ เช่น
รูปแบบ Holding company หรือมูลนิธิ

ส่งเสริมและยกระดับงานวิจัยไปสู่เชิงพาณิชย์ผ่านกระบวนการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

เสาที่3

นำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้สนับสนุนการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ

ผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่สร้างขึ้นใช้ประโยชน์ได้จริงและเข้าถึงประชาชนทุกระดับ สนับสนุนการพัฒนาการเติบโตของภาคธุรกิจและเศรษฐกิจ ตอบโจทย์ท้าทายสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

Social and Economic Growth with Knowledge/Wisdom/Innovation



สร้างความเชื่อมั่นผลงานวิจัยเกิดประโยชน์ต่อประชาชน

ส่งเสริมการนำผลงานวิจัยไปสู่นวัตกรรมและใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจ

ส่งเสริมการพัฒนาระบบการนำงานวิจัยและนวัตกรรมมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด ทั้งในระดับครัวเรือน ท้องถิ่น ชุมชน สังคม และเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ภายใต้ concept อว.สร้างชาติ

พัฒนากลยุทธ์เพื่อยกระดับผลสัมฤทธิ์ให้เกิดในวงกว้าง ยกระดับการพัฒนาระบบบริหารจัดการนวัตกรรมให้ครบทั้ง value chain เพิ่มมาตรฐานและคุณภาพ และมูลค่าของสินค้าและบริการร่วมมือกับหน่วยงานภาคธุรกิจ ขับเคลื่อนถ่ายโอนและขยายผลการใช้องค์ความรู้ผลงานวิจัยและนวัตกรรม เพื่อช่วยประชาชน สังคม ชุมชน และภาคธุรกิจ

สร้างกลไกความร่วมมือการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมในระดับสากล มาพัฒนาและประยุกต์ใช้ เสริมศักยภาพการพัฒนาผลงานวิจัยและนวัตกรรมภายในประเทศ

เสาที่4

มหาวิทยาลัยเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ

มหาวิทยาลัยเป็นผู้นำในการสร้างโอกาสเข้าถึงองค์ความรู้และพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพทุกระดับ ยกย่องรูปแบบการเรียนรู้ที่ทันสมัย ตรงเป้าหมายอนาคต สอดรับกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

Higher Education Institution



-มหาวิทยาลัยเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ
-เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิต

ยกระดับการเข้าถึงการศึกษาและการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพ ปรับรูปแบบการพัฒนา การเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อสร้างสังคมที่เปิดกว้าง เสริมพลังและยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง

ส่งเสริมพัฒนาค่านิยมของมหาวิทยาลัยให้เกิด Enterprise Mindset ที่เป็นศูนย์กลางการใช้ปัญญา สร้างทางเลือกเพิ่มและขยายโอกาส ด้านต่าง ๆ เพื่อประชาชนและสังคม

ดึงภาคส่วนต่าง ๆ ภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น เป็นหุ้นส่วนในการพัฒนาร่วมกับบุคลากร อว. เพื่อให้เกิดการสร้างการเรียนรู้ในทางปฏิบัติได้ และตอบการพัฒนาของสังคมในอนาคต

นโยบายและจุดเน้นการขับเคลื่อนกระทรวง อว. ปี 2564

ในปีงบประมาณ พ.ศ.2564 มีนโยบายให้ดำเนินการต่อเนื่องจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 เพื่อขับเคลื่อนบทบาทของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.) ในการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยในศตวรรษที่ 21 โดยจะพัฒนาการอุดมศึกษาควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ใน 3 ภารกิจหลัก

1. การสร้างและพัฒนาคน

สร้างบัณฑิตควบคู่
กับการสร้างกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต
(Knowledge, Skills, Mindset)

3. การวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้

- BCG Economy
- Research for Innovation
- Research for the Future

3. การสร้างและพัฒนานวัตกรรม

- SMES Transformation



1) การสร้างและพัฒนาคน

ภารกิจการสร้างและพัฒนาคนของ อว. จะสร้างบัณฑิตไปควบคู่กับการสร้างกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-Long Learning) ทั้งในด้านขององค์ความรู้ (Knowledge) ทักษะ(Skill) และหลักคิดที่ถูกต้อง(Mindset) พร้อมเข้าสู่ศตวรรษที่21 โดยการสร้างบัณฑิตที่มุ่งเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม การเสริมสร้างทักษะความรู้ใหม่ที่พร้อมรับเทคโนโลยีทันสมัย ควบคู่ไปกับการสร้างกำลังคนระดับสูง(Brain Power) ร่วมกับเครือข่ายระดับโลก



2) การวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้

ระบบงบประมาณด้านงานวิจัย เน้นให้ความสำคัญในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจชีวภาพ(Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน(Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว(Green Economy) ไปสู่การปฏิบัติ ตั้งแต่ระดับเศรษฐกิจฐานรากจนถึงระดับเศรษฐกิจขั้นก้าวหน้า โดยใช้ความเข้มแข็งของความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้เกิดมูลค่าและคุณค่าสูงขึ้นในทุกระดับของกระบวนการพัฒนา ที่เน้นความต่อเนื่องของการทำงานวิจัยและเกิดความคล่องตัวในการบริหารเงินงบประมาณการวิจัย

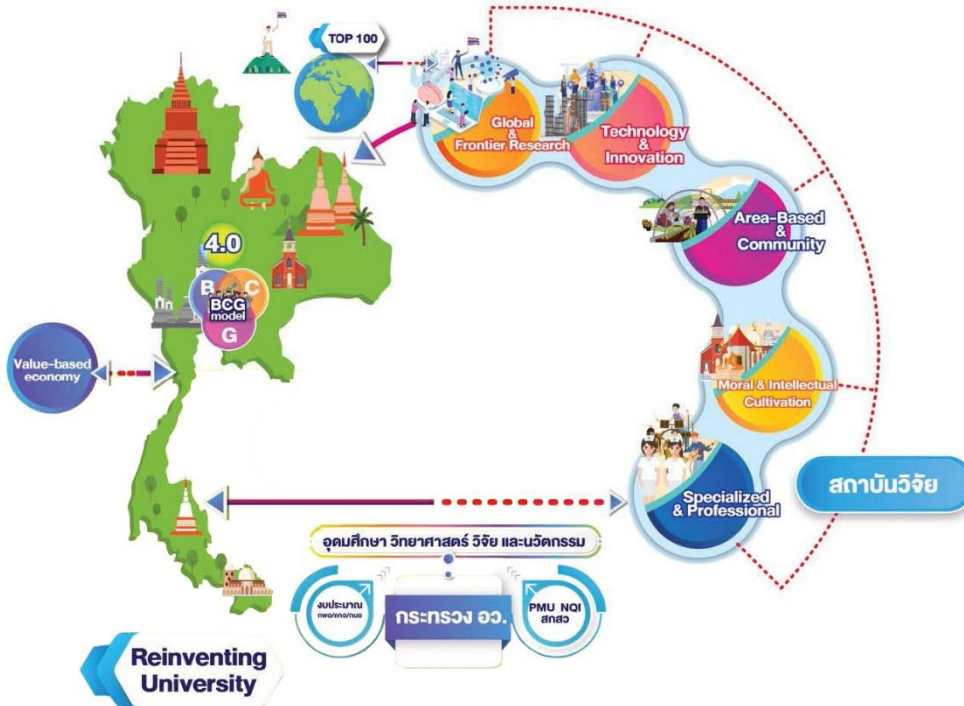
- สำหรับงานวิจัยเพื่อรังสรรค์นวัตกรรม(Research for Innovation) จะเน้นการทำงานของจตุภาคี(Quadruple Helix) เป็นสำคัญใน 4 Platforms สำคัญ
- สำหรับงานวิจัย Frontier research (Research for the Future) จะมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศ(Global Collaborative Network) และการทำงานกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อสร้างให้เกิดเครือข่ายนักวิจัยที่มีส่วนร่วมใน Global Research Value Chain

3) การสร้างและพัฒนานวัตกรรม

มุ่งสร้างและพัฒนานวัตกรรม โดยในปีงบประมาณ พ.ศ.2564 จะมุ่งเน้นไปที่ SMEs เป็นหลัก เพื่อสร้างให้เกิด Innovation-Driven Enterprises (IDEs) เป็นสำคัญ

การกำหนดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา 5 กลุ่มเชิงยุทธศาสตร์

โครงสร้างการจัดการมหาวิทยาลัยตามความเชี่ยวชาญ 5 กลุ่มยุทธศาสตร์หลัก



1. กลุ่มการพัฒนาการวิจัยระดับแนวหน้าของโลก (Global & Frontier Research)

มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาบุคลากรตอบ โจทย์ตลาดแรงงานระดับโลก สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่เป็นทิศทางของประเทศและมีคุณภาพระดับโลก

2. กลุ่มการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology & Innovation)

มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาบุคลากรตามความต้องการของอุตสาหกรรม สร้างเทคโนโลยีและนวัตกรรม ตามทิศทางและจุดเน้นของประเทศไทย

4.กลุ่มการพัฒนาปัญญาและคุณธรรมด้วยหลักศาสนา

(Moral & Intellectual Cultivation) มุ่งเน้นการนำคำสอนทางศาสนาต่าง ๆ มาผสมผสานกับวิชาการ เพื่อมาปรับใช้ในการเรียนการสอนและวิจัยให้เหมาะสมกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ปลุกฝังจิตสำนึกและคุณธรรมที่ดีงาม

3.กลุ่มการพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่ (Specialized & Professional)

มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะสูงตามความต้องการของท้องถิ่น และพัฒนาท้องถิ่นด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม

5.กลุ่มการผลิตและพัฒนาบุคลากรวิชาชีพและสาขาเฉพาะ

(Specialized & Professional) มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะ ความรู้ เสริมสร้างบุคลากรสู่ความเป็นมืออาชีพเฉพาะทางให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

RMUTT Transforming Mind Re-designing Innovativeness

แนวคิดโดย รศ.ดร.สมเจตน์ ทิณพงษ์ กรรมการสภามหาวิทยาลัย
ผู้ทรงคุณวุฒิ และประธานคณะกรรมการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล
แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

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

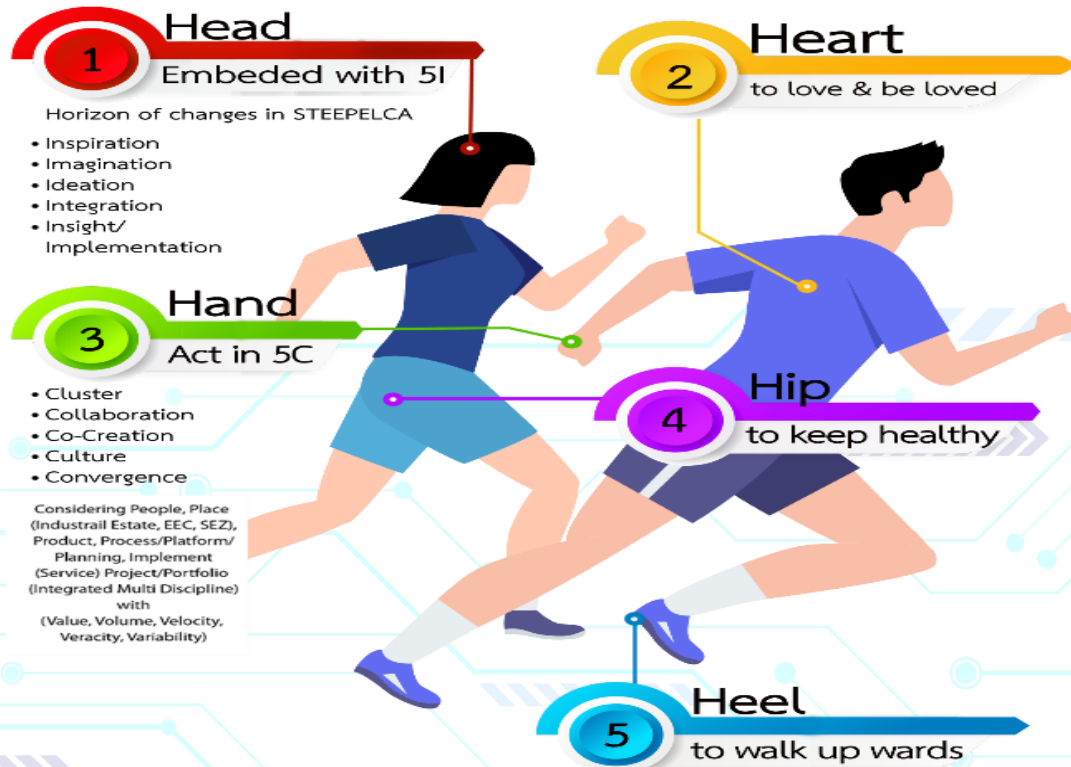
① นวัตกรรม (Innovation) คืออะไร ⇨ What

INNOVATION
 is MAKING CREATIVITY
 into VALUE REALITY
 Intrinsic & Public Values
 is Connectivity
 Quoted : Somchet Thinaphong, 2015 Chairman NIA

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

② นวัตกรรม (Innovation) เริ่มที่ไหน ⇨ Hand-On

Innovating U_to 5th Dimension

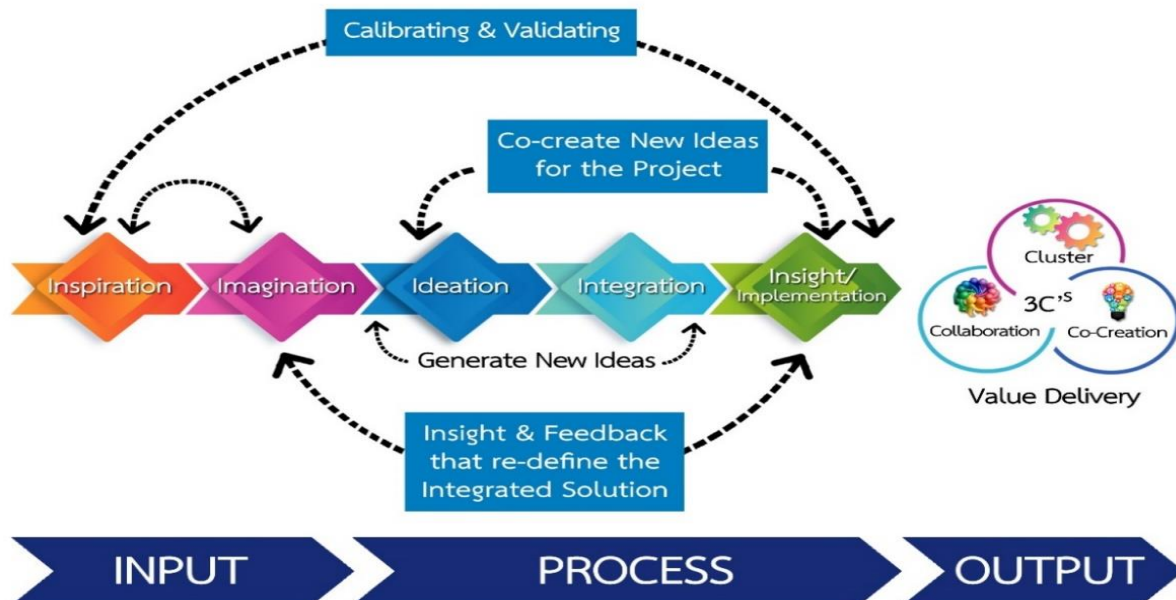


คนมาก่อนเทคโนโลยี

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 แต่ถ้าคนอยู่ในองค์กรแล้วไม่มีใจต่องาน ชีวิตหน้าที่ย่างก้าวก็ยากที่จะทรงคุณค่า
Hand	ลงมือทำ ไม่มีงานใดสำเร็จ โดยไม่ลงมือทำ
Hip	การดูแลสุขภาพและบุคลิกให้อยู่ในสัดส่วนที่ฉับไวมีประสิทธิภาพ
Heel	การลงพื้นที่ปฏิบัติงาน ตรวจสอบและประเมินผลงานที่ทำอย่างจริงจัง ระมัดระวัง (Due Care : Check/Inspect/Verify)

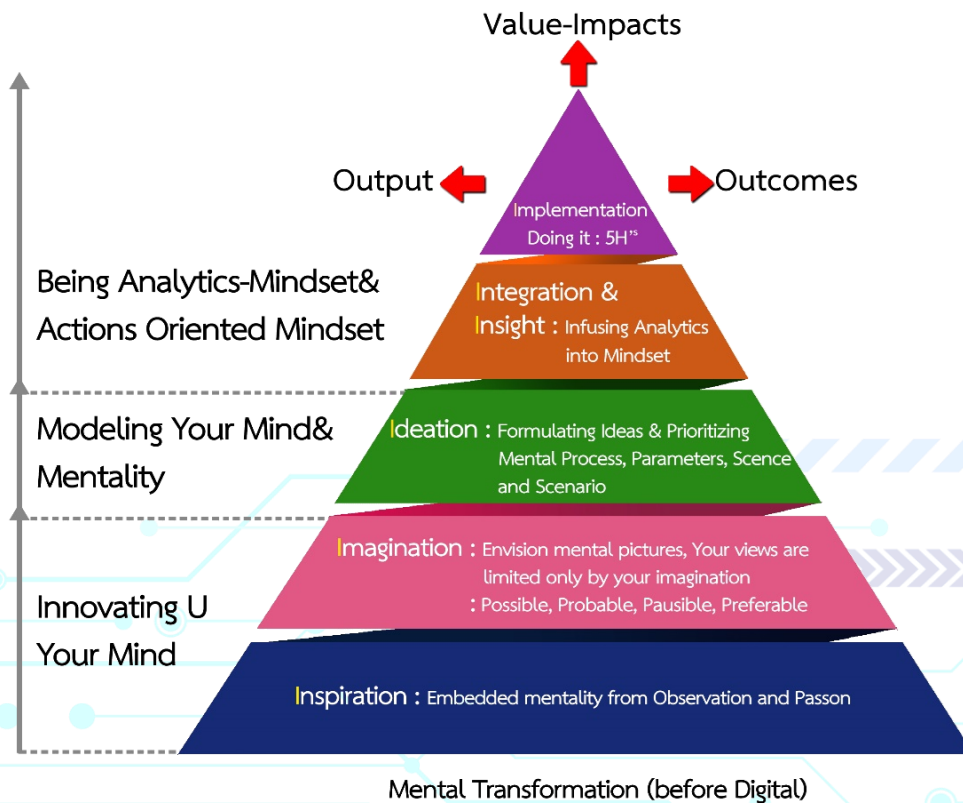


③ นวัตกรรม (Innovation) เริ่มอย่างไร ⇒ How



5I^{rs} & 3C^{rs} : Mindset designed as Non-Linear System for Innovative Value Creation

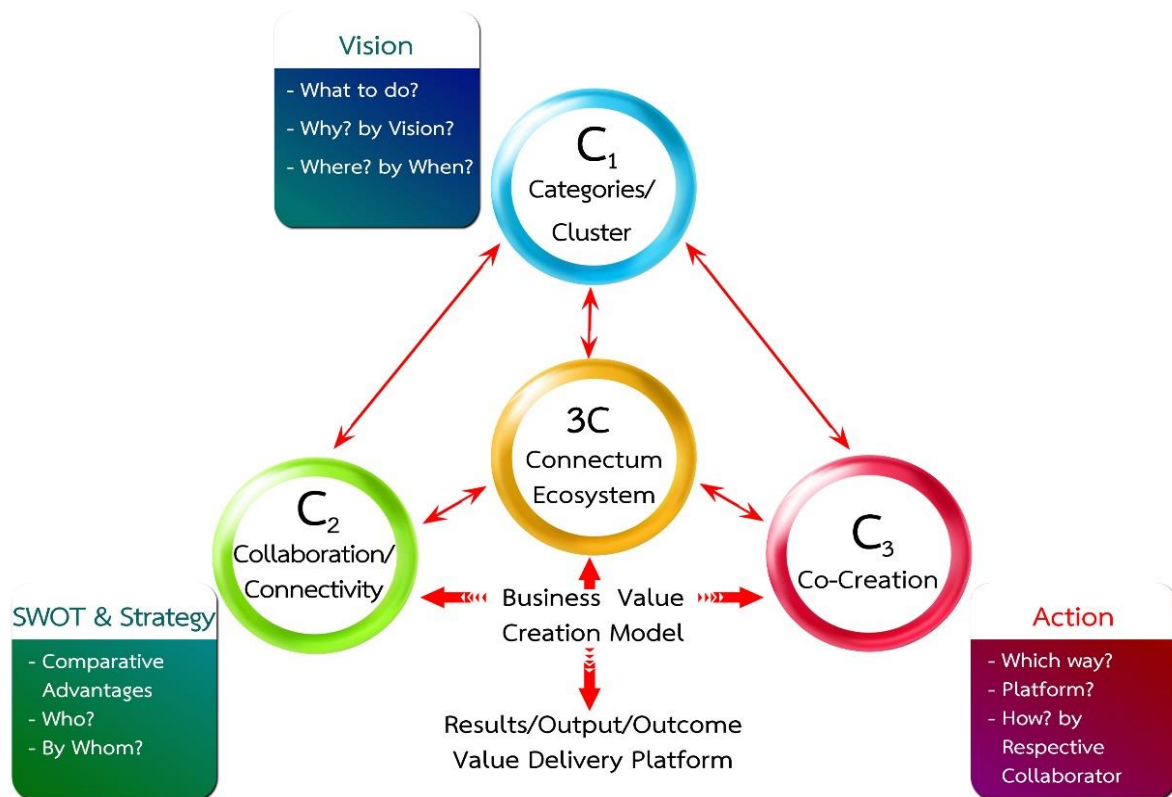




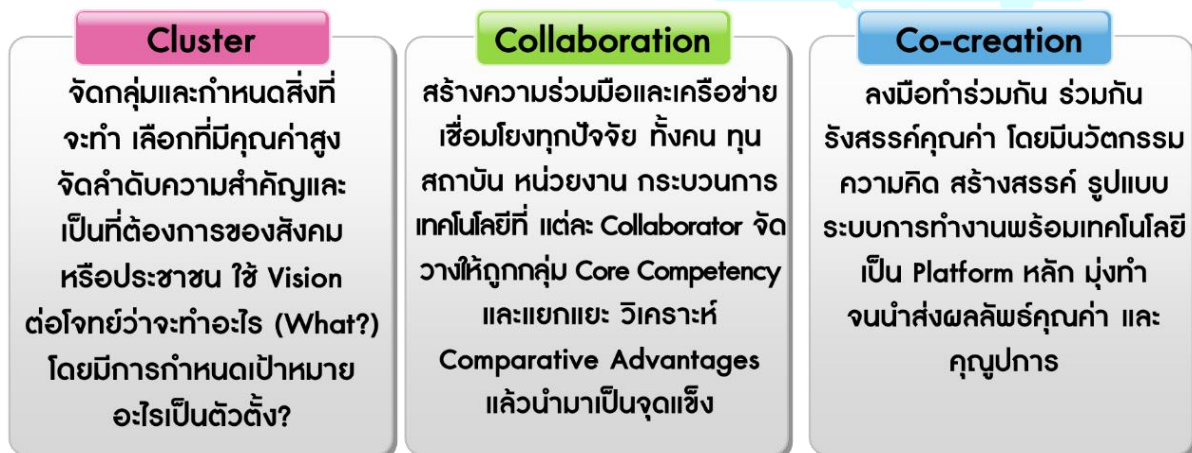
① Inspiration	② Imagination	③ Ideation	④ Integration/ Insight	⑤ Implementation
สร้างความสามารถในการรับและสร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ในตัวตนจากสิ่งแวดล้อม องค์ความรู้ และผลจากการสังเกต	ฝึกให้มีจินตนาการเหนือความรู้พื้นฐานและวิชาการ มองอนาคตได้กว้างไกล ค้นหาเส้นทางใหม่ไปให้ถึง (Foresight)	ฝึกสร้างความคิดริเริ่มสิ่งใหม่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

Mental Transformation (before Digital)

แนวทางการทำงานร่วมกับสังคม



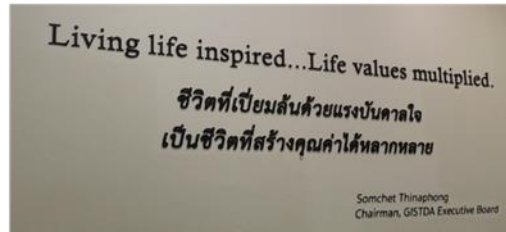
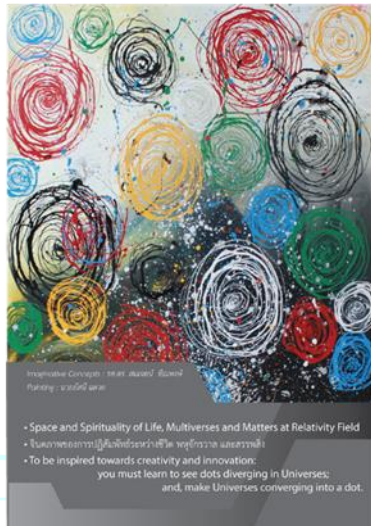
เราอยู่ในจักรวาลเปิด



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

④ Innovation Walk

The Why Seeding & Natural Growth

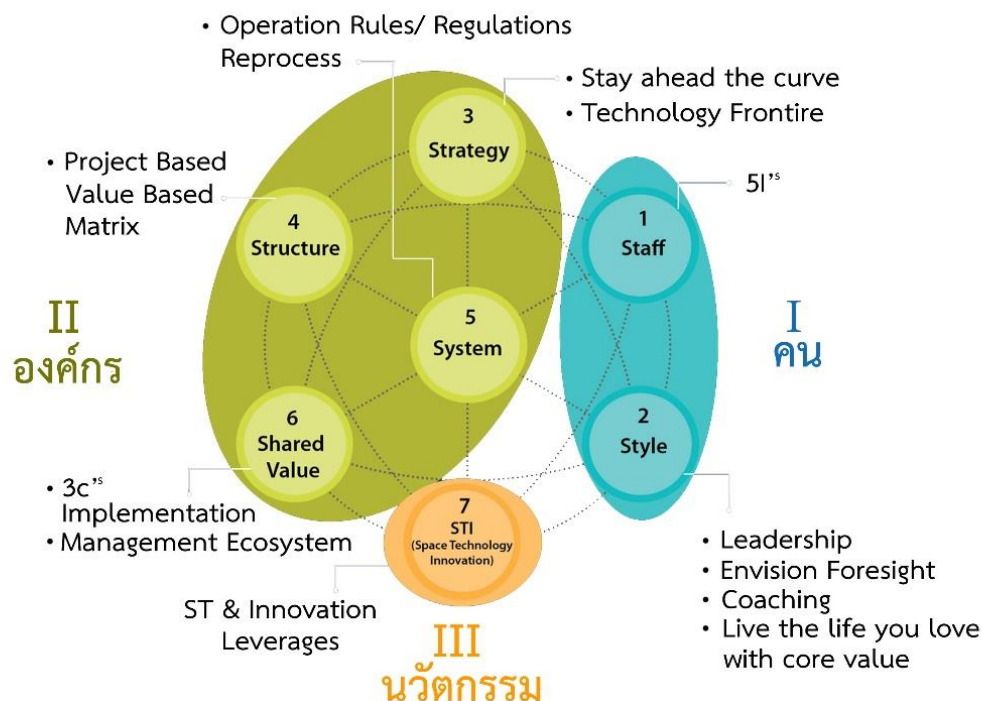


Case: Krenovation Park



Inspirational

⑤ Innovation Fly Exponential Growth by Technology



7S^{TS} Sub-System : การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การวางกลไกผ่าน 7 ระบบย่อย
 โดยเน้นการเชื่อมโยงเรื่อง คน องค์การ นวัตกรรม ให้สามารถสร้างและนำส่งคุณค่าได้อย่างครบวงจร

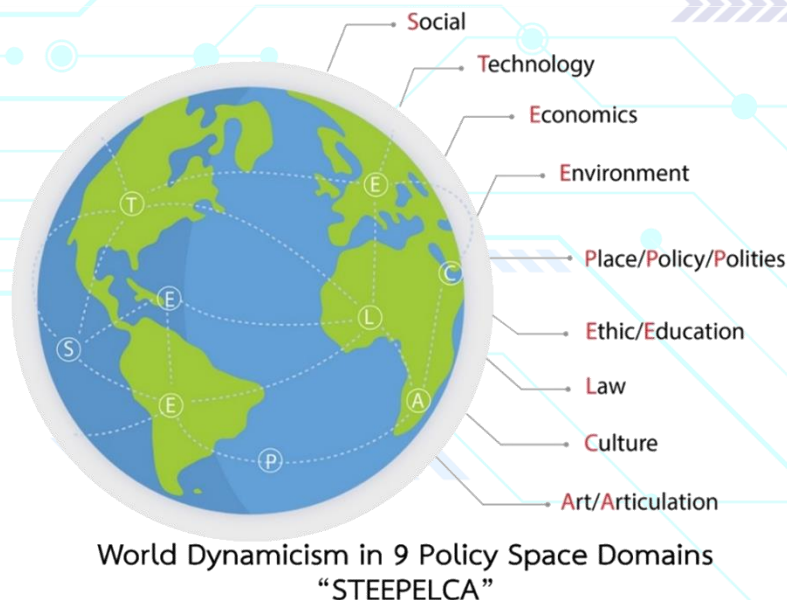
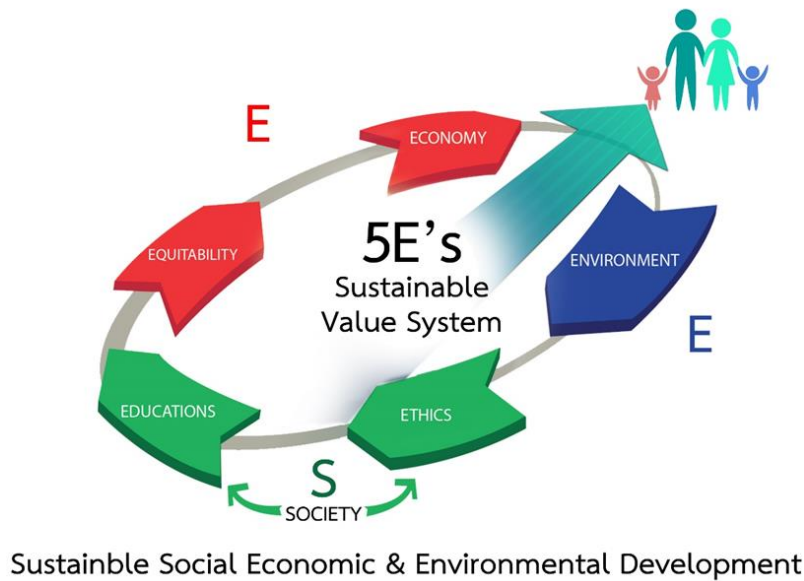
การกำหนดแนวทางการสร้าง Value Creation Map ให้เป็นเครื่องมือ

- มูลค่า (Worth) และคุณค่า (Value) ทางสังคมต้องวัดได้
- กำหนดให้มีการประเมินคุณค่าของโครงการที่เสนอของงบประมาณทั้งก่อนและหลังการดำเนินงาน (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)

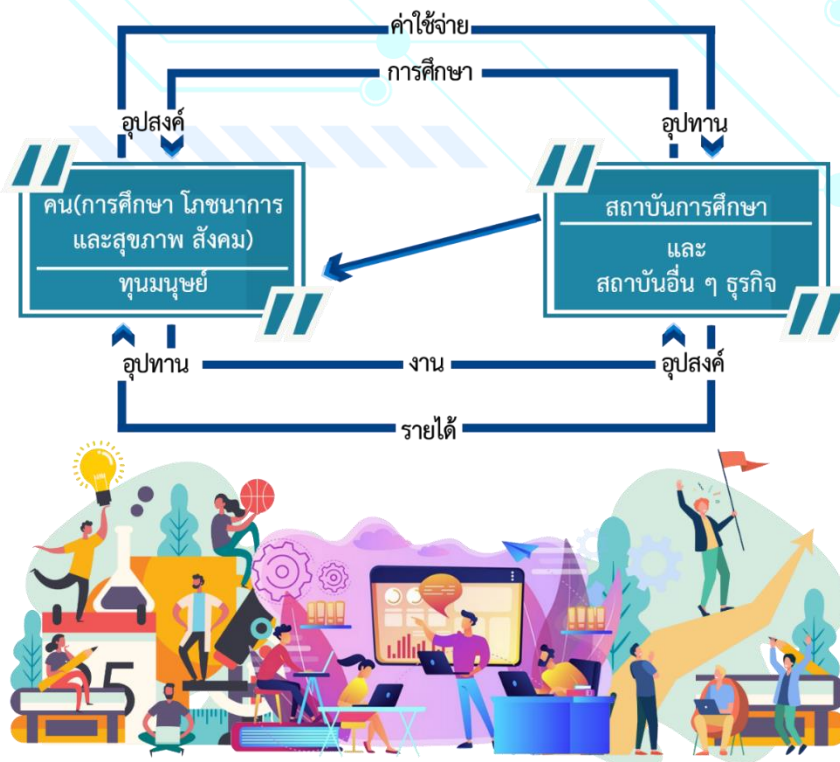
1. What is the "HVC" of your Products & Services? Identity: Value Chain	3. What does Competitive Landscape look like? (Products, Services)	5. Strategy Operandi : covers 3C-Connectum	7. What your Delivery Channels for your products? logistics
• High Value Impact? (HVI) • Newness • Innovativeness • Differentiation • 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		8. What yours market strategy & structure, Customer Segments or
	• Project planning • Conceptual Design & Architectural configuration • Define Resources to be used • Execution timeline (Scheduling)		• 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? (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)	



การยกระดับ มทร.ธัญบุรีในด้าน Geospatial & Innovation Domain ภายใต้ปัจจัยท้าทายและสภาวะการเปลี่ยนแปลงใน 9 มิติ (STEEPELCA) ที่ส่งผลกระทบเชิงคุณค่าสูงต่อ มทร.ธัญบุรีและประเทศ โดยยุทธศาสตร์ที่ออกแบบและนำไปสู่การขับเคลื่อนบนยุทธศาสตร์เชิงนวัตกรรม (Innovation Strategy) และนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ (Strategy Innovation) เน้นการส่งผลในทิศทางเดียวกันกับ UN SDGs ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561 - 2580 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560 - 2564 แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี พ.ศ.2561 - 2580 ยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม เพื่อการพัฒนา พ.ศ.2563 - 2570

เศรษฐศาสตร์การศึกษา

เศรษฐศาสตร์การศึกษา เป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่ในวงการการศึกษา นักเศรษฐศาสตร์การศึกษาได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการศึกษา ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กล่าวได้ว่า**เศรษฐศาสตร์การศึกษา หมายถึง** การศึกษาผลกระทบและผลลัพธ์ทางการศึกษาในด้านการลงทุนทางการศึกษา การพิจารณาต้นทุนและการจัดหาทุน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในการจัดการศึกษาเพื่อให้คนใช้ในการผลิตความรู้และมีทักษะในการทำงาน เพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้ มีการจ้างงาน ซึ่งเป็นผลมาจากคุณภาพการศึกษา และที่สำคัญยังเป็นการสะสมทุนมนุษย์ (Human capital) ผ่านระบบการศึกษาอีกด้วย



วงจรเศรษฐกิจประยุกต์กับการศึกษา



จากวงจรเศรษฐกิจประยุกต์กับการศึกษา เราอาจพิจารณาเศรษฐศาสตร์การศึกษาในระบบเศรษฐกิจ ระบบเศรษฐกิจแบบง่ายประกอบด้วยครัวเรือนและธุรกิจ ในที่นี้คนคือครัวเรือนมีความต้องการต่าง ๆ และความต้องการประเภทหนึ่งคือการศึกษา ซึ่งได้รับการตอบสนองจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทำหน้าที่อุปทาน สถาบันการศึกษาสถาบันอื่น ๆ และธุรกิจ เมื่อต้องการสนองตอบโดยการให้การศึกษา สินค้าและบริการอื่น ๆ จึงจำเป็นต้องจ้างปัจจัยการผลิตต่าง ๆ และปัจจัยการผลิตสองชนิดก็คือ แรงงาน และผู้ประกอบการ ซึ่งก็คือคนที่ได้รับการศึกษาระดับต่าง ๆ กัน มีความรู้ความชำนาญต่าง ๆ กันนั่นเอง

สถาบันการศึกษาจะผลิตเท่าไรต้องคำนึงถึงความต้องการจ้างงาน ครัวเรือนจะลงทุนเท่าไรขึ้นอยู่กับความคาดหวังของรายได้ การศึกษาจึงสัมพันธ์กับงานและรายได้ ส่วนการจัดสรรการศึกษาขึ้นอยู่กับระบบราคา ซึ่งอยู่นอกขอบเขตในที่นี่จึงพิจารณาปัญหาดังนี้

1. ภายใต้งบประมาณที่จำกัด เราจะเลือกลงทุนทางการศึกษาหรือการลงทุนในการผลิตสินค้าอื่น ๆ นั่นก็คือเราจะเลือกทำอะไร เช่น เราจะใช้งบประมาณในการศึกษาหรือในการป้องกันประเทศ หรือไปสร้างทางด่วน เป็นต้น โดยถ้าเราเลือกประการใด ประการหนึ่งเราจะไม่เหลืองบประมาณสำหรับประการอื่น ๆ

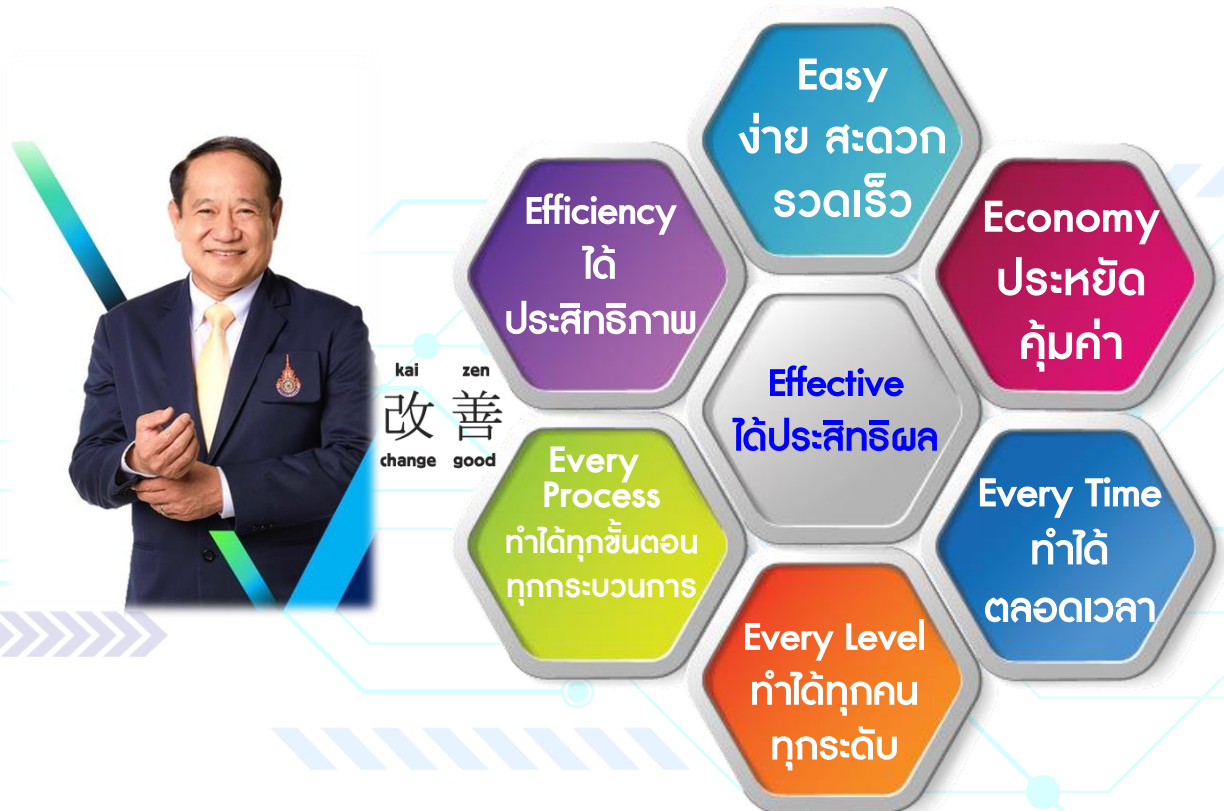
2. เราจะจัดการศึกษาอย่างไร สถาบันการศึกษาควรจะเตรียมการศึกษาระดับใดบ้างเพื่อสนองความต้องการของครัวเรือน คน และสังคม

3. เราจะวางแผนการศึกษาอย่างไร เราจะต้องคำนึงถึงการจ้างงานและการว่างงาน เพราะการศึกษาในทางเศรษฐศาสตร์ คือ การลงทุนในทุนมนุษย์ด้วยความคาดหวังว่าจะได้รายได้เพิ่มขึ้นในอนาคต ถ้าคนที่มีการศึกษาไม่มีการจ้างงานก็ไม่มีการผลิตและไม่มีรายได้

KAIZEN (ไคเซ็น)

KAIZEN คือ

การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องโดยทุกคนมีส่วนร่วม



KAIZEN ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงใหม่ทั้งหมด แต่เป็นการปรับปรุงบางจุดเท่านั้น เพื่อให้เจ้าหน้าที่ทำงานง่ายขึ้นและผู้รับบริการสะดวกขึ้น สามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นให้บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมในการแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดีขึ้นอยู่เสมอ หัวใจสำคัญของหลักการ KAIZEN คือ การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด

ขั้นตอนการทำ KAIZEN ตามแบบ PDCA



5W1H เครื่องมือที่ใช้ในการค้นหาสาเหตุของปัญหา

5W 1H	ประเด็น	ตัวอย่างการตั้งคำถาม
Who	ใคร	ในเรื่องนั้นมีใครบ้าง
What	ทำอะไร	แต่ละคนทำอะไรบ้าง
Where	ที่ไหน	เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นอยู่ที่ไหน
When	เมื่อไหร่	เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นทำเมื่อ วัน เดือน ปี ไດ
Why	ทำไม	เหตุใดจึงทำสิ่งนั้น หรือเหตุการณ์นั้น ๆ
How	อย่างไร	เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นทำเป็นอย่างไรบ้าง



ECRS เครื่องมือในการค้นหาแนวทางการปรับปรุงให้ดีขึ้น



1. Eliminate

- การกำจัด

2. Combine

- การรวมกัน

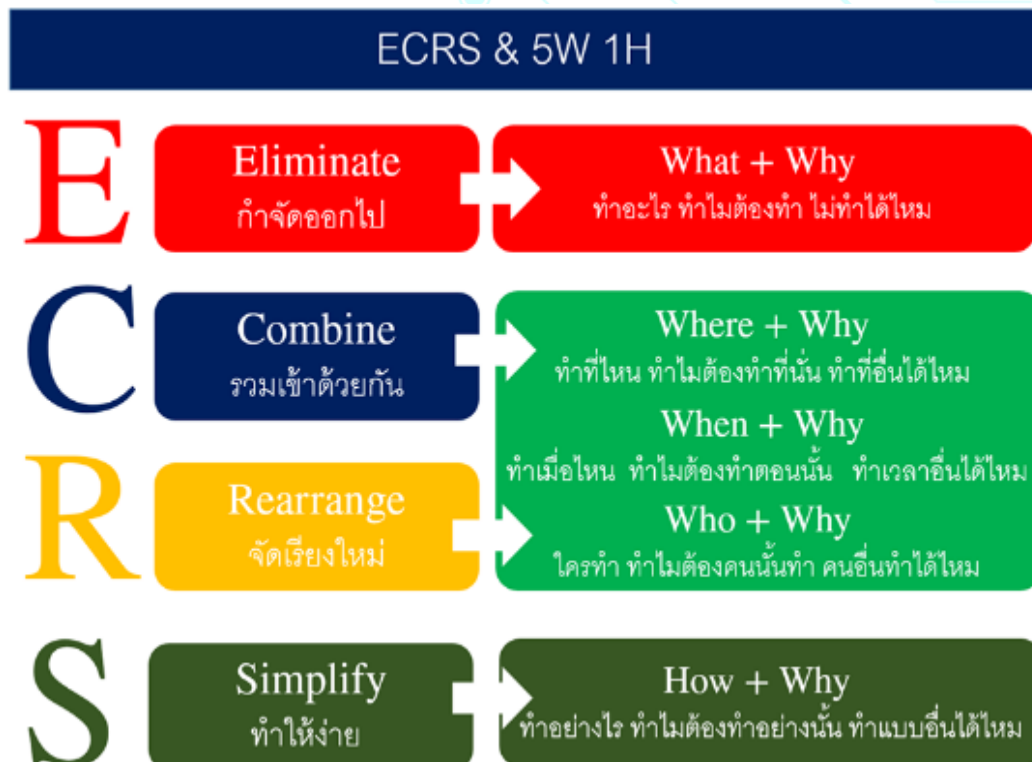
3. Rearrange

- การจัดลำดับใหม่ / การเปลี่ยน

4. Simplify

- การทำให้ง่าย

การประยุกต์ใช้เครื่องมือ ECRS ร่วมกับเครื่องมือ 5W1H





การวิเคราะห์ปัญหาด้วยคำถาม 5W1H และแนวทางการปรับปรุง



ส่วนที่ 2

นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี
พ.ศ. 2563 - 2580





นโยบายและยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2563-2580

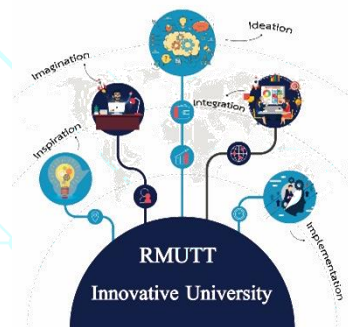


ปรัชญา (Philosophy)

“นวัตกรรมสร้างชาติ
ราชมงคลธัญบุรีสร้างนวัตกรรม”

ปณิธาน (Determination)

“มุ่งมั่นจัดการศึกษาและวิจัย
ผลิตนวัตกรรมและนวัตกรรมที่ทรงคุณค่า
ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน”



วิสัยทัศน์ (Vision)

“มหาวิทยาลัยนวัตกรรม
ที่สร้างคุณค่าสู่สังคมและประเทศ”



พันธกิจ (Mission)

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

เอกลักษณ์ (Uniqueness)

“มหาวิทยาลัยนักปฏิบัติ
พัฒนานวัตกรรม และสร้างสรรค์นวัตกรรม”



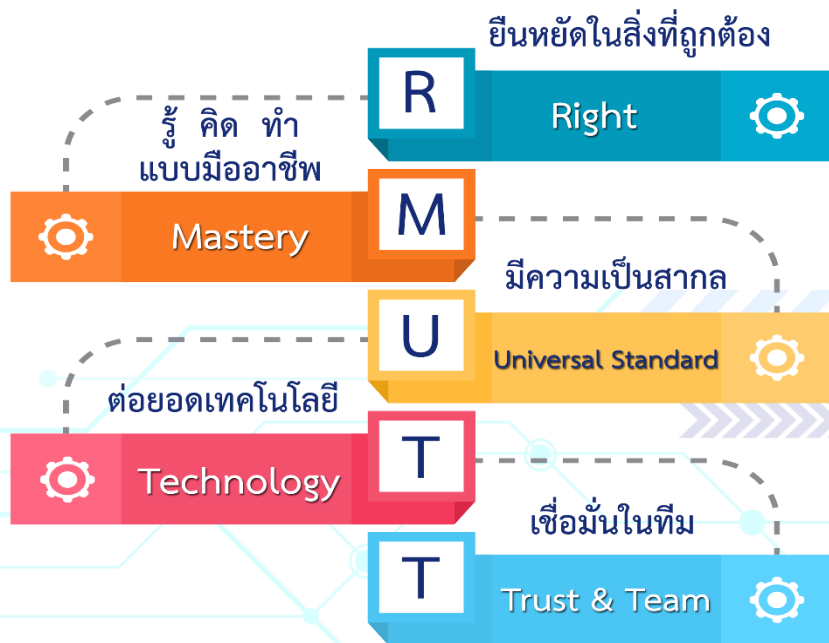
อัตลักษณ์ (Identity)



“นักปฏิบัติ นักคิด นักสร้างสรรค์นวัตกรรม”



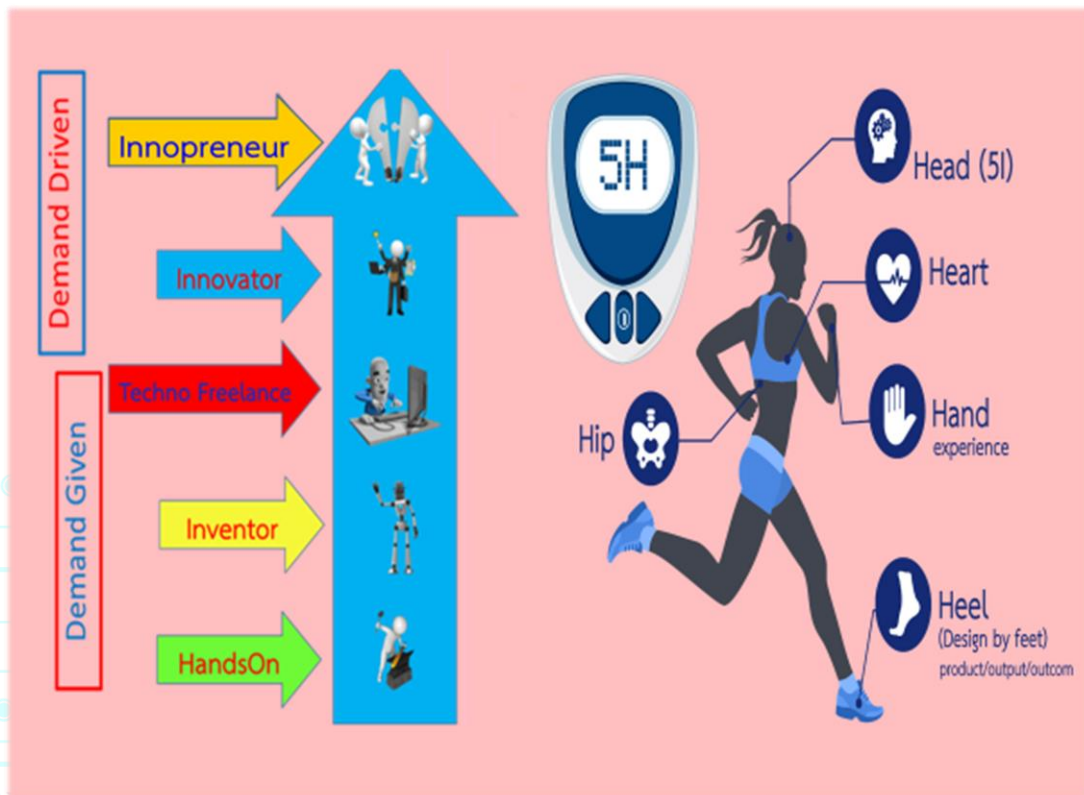
ค่านิยมองค์กร (Core Values)



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** : สมรรถนะและทักษะต่างๆ ที่บัณฑิตสามารถปฏิบัติและแสดงออกมาเห็นได้อย่างชัดเจน
4. **Hip** : การส่งเสริมค่านึงถึงสุขภาพและบุคลิกภาพที่ดี เพื่อนำไปสู่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
5. **Heel** : การส่งเสริมให้บัณฑิตสามารถพัฒนาศักยภาพตนเองได้หลังจบการศึกษาแล้ว

RMUTT Flagship Strategic



ส่วนที่ 3

GO ➡



นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

พ.ศ. 2564



นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี พ.ศ.2564

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



Learning to be Innovator :

การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกรรม

Research for Innovation :

การวิจัยเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม

Social and Culture Enhance by Innovation :

การบริการวิชาการและเพิ่มคุณค่า
ด้านศิลปวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม

Innovative Management :

การบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

Learning to be Innovator : การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกรรม

เป้าประสงค์ (Objectives)						
O1 : การผลิตบัณฑิตสู่นวัตกรรมและผู้ประกอบการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ						
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2566	2567
KR 1.1 นักศึกษาที่ผ่าน มาตรฐานสมรรถนะระดับชาติ และนานาชาติ						
1.1.1 นักศึกษามีสมรรถนะ ด้านดิจิทัลขั้นพื้นฐาน ตามมาตรฐาน IC3 หรือเทียบเท่า หรือสูงกว่า	ร้อยละ	53.74	80	85	90	90
1.1.2 นักศึกษามีศักยภาพ ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพ เช่น BIM,SAP,SPSS, ICDL, ComTIA, MOS, เป็นต้น (ระบุมาตรฐานด้าน ICT ที่คณะเลือก)						
1.1.3 นักศึกษามีผลการทดสอบ TOEIC ตั้งแต่ 450 คะแนนขึ้นไป หรือเทียบเท่า	ร้อยละ	5.05	50	55	60	65
1.1.4 นักศึกษา หลักสูตรนานาชาติ และหลักสูตรภาษาอังกฤษ มีผลการทดสอบ TOEIC ตั้งแต่ 550 คะแนนขึ้นไป หรือเทียบเท่า	ร้อยละ	29.93	80	85	90	95



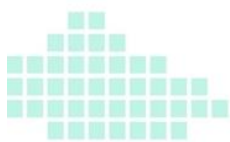
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2566	2567
1.1.5 นักศึกษาสอบผ่าน สมรรถนะวิชาชีพ ตามหลักสูตรที่กำหนด	ร้อยละ	93.15	100	100	100	100
1.1.6 นักศึกษามีผลสอบ สมรรถนะจากหน่วยงานภายนอก (คณะกรรมการสมรรถนะและ หน่วยงาน)	ร้อยละ	N/A	20			
KR 1.2 นักศึกษาเข้าสู่ กระบวนการบ่มเพาะ เตรียมความพร้อม เป็นผู้ประกอบการ หรือได้รางวัลด้านผู้ประกอบการ (Startup Awards)	คน	N/A	500	500	500	500
KR 1.3 นักศึกษาหรือบัณฑิต ที่ เป็นผู้ประกอบการ (จบการศึกษาไม่เกิน 5 ปี) ที่เกิดจากกระบวนการพัฒนา ผู้ประกอบการและส่งเสริม การสร้างนวัตกรรม ของมหาวิทยาลัย	ร้อยละ	N/A	20 (900 คน)	25	30	40
KR 1.4 หลักสูตร/โปรแกรม เฉพาะที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็น ผู้ประกอบการ (Technological/ Innovation - Driven Entrepreneurial Education)	ร้อยละ	Re- Inventing 29.82 (34/114)	20 (19 หลักสูตร)	20	20	20



ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2566	2567
1.4.1 จำนวนหลักสูตร ด้าน Agro-food Innovation ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็น ผู้ประกอบการ	ร้อยละ	N/A	20	20	20	20
1.4.2 จำนวนหลักสูตร ด้าน Logistic Innovation ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็น ผู้ประกอบการ	ร้อยละ	N/A	20	20	20	20
1.4.3 จำนวนหลักสูตร ด้าน Digital Technology & Economy ที่ใช้เทคโนโลยี/ นวัตกรรม เพื่อพัฒนา ความเป็นผู้ประกอบการ	ร้อยละ	N/A	20	20	20	20
1.4.4 จำนวนหลักสูตร ด้าน Tourism & Creative Innovation ที่ใช้เทคโนโลยี/ นวัตกรรม เพื่อพัฒนา ความเป็นผู้ประกอบการ	ร้อยละ	N/A	20	20	20	20
1.4.5 จำนวนหลักสูตร ด้าน Health and Wellness ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็น ผู้ประกอบการ	ร้อยละ	N/A	4	20	20	20



ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2566	2567
KR 1.5 หลักสูตรบูรณาการ	หลัก สูตร	2	3	2	2	3
KR 1.6 หลักสูตรCredit Bank	หลัก สูตร	19	20	25	30	35
KR 1.7 หลักสูตรระดับปริญญา นานาชาติ	หลัก สูตร	2	10	14	18	22
KR 1.8 การพัฒนาอาจารย์						
1.8.1 อาจารย์ได้รับการพัฒนา ตามมาตรฐาน PSF/UK PSF	ร้อยละ	N/A	2 (20 คน)	3	4	5
1.8.2 อาจารย์ที่ไปฝึก ประสบการณ์วิชาชีพในสถาน ประกอบการหรือแลกเปลี่ยน ความรู้สู่ภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม/ ชุมชน	ร้อยละ	21.19 (219 คน)	20 (200 คน)	40	50	70
1.8.3 อาจารย์ได้รับรางวัล ระดับชาติและนานาชาติ	คน	N/A	50	60	70	80



OKRs

Objective and key Results*



Objective

การกำหนดเป้าประสงค์
ของแต่ละระดับ ตั้งแต่มหาวิทยาลัย/
คณะ/วิทยาลัย/หน่วยงานถึงบุคลากร
โดยมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน



Key Results

กำหนดตัววัดผลที่เป็นวิธีการ
ที่ทำให้มหาวิทยาลัย/คณะ/วิทยาลัย/
หน่วยงานประสบความสำเร็จ

กลยุทธ์ (Strategy)

1. พัฒนาระบบที่ส่งเสริมให้นักเรียนที่เก่ง ดี และมีศักยภาพเข้ามาศึกษาต่อ
2. พัฒนาหลักสูตรและยกระดับหลักสูตรสู่มาตรฐานสากล
3. พัฒนาระบบการเรียนการสอนให้ดีขึ้นและในรูปแบบใหม่ๆ
รวมทั้งสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน เช่น สหวิทยาการ
4. พัฒนาสมรรถนะนักศึกษาตามคุณสมบัติบัณฑิตที่พึงประสงค์
5. สร้างระบบนิเวศน์เพื่อการศึกษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริม
การเรียนรู้ด้วยระบบห่วงโซ่คุณค่า เช่น ห้องปฏิบัติการสร้างต้นแบบ
นวัตกรรมInnovation Zone, Fabrication Lab, Maker club
6. พัฒนาสมรรถนะอาจารย์ตามคุณสมบัติอาจารย์ที่พึงประสงค์
7. พัฒนาระบบเพื่อดึงดูดบุคลากรที่ดี เก่ง และมีศักยภาพเข้ามาทำงาน
กับองค์กร
8. พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของผู้เรียน
9. พัฒนานักศึกษาให้มีความคิดในเชิงผู้ประกอบการสร้างสรรค์นวัตกรรม
(Innopreneur, UBI)
10. พัฒนาสมรรถนะนักศึกษาให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับสากล
11. ยกระดับศักยภาพบัณฑิตให้มีทักษะสอดคล้องกับพลวัตทางสังคมของ
แต่ละวิชาชีพ
12. ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาทักษะเพื่ออนาคต
(Up-skills/Re-skills/New-skill)
13. ส่งเสริมการเรียนรู้สำหรับกลุ่มสังคมผู้สูงวัย



ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

Research for Innovation : การวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรม

เป้าประสงค์ O1 (Objectives)

O2 : การพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศ

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2566	2567
KR 2.1 งานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม หรืองานสร้างสรรค์ ถูกนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่ม ขีดความสามารถในการแข่งขัน ตอบโจทย์ท้าทายของประเทศ และพัฒนาชุมชนให้มีความ เข้มแข็งและยั่งยืน	จำนวน ผลงาน วิจัย	63	100	150	200	250
2.1.1 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Agro-food Innovation						
2.1.2 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Logistic Innovation						
2.1.3 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Digital Technology & Economy						
2.1.4 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Tourism & Creative Innovation						
2.1.5 จำนวน งานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Health and Wellness						



ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2566	2567
KR 2.2 ผลงานวิจัย งานสร้างสรรค์และเทคโนโลยี พร้อมใช้ ถูกนำไปสร้างมูลค่า เชิงพาณิชย์ให้กับภาคการผลิต หรือบริการหรือภาคธุรกิจ	จำนวน ผลงาน วิจัย	23	25	30	35	40
KR 2.3 ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ ในวารสารวิชาการ หรือ งานสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ ในระดับนานาชาติ SCOPUS / ระดับชาติ TCI 1 / TCI 2	จำนวน ผลงาน วิจัย	379	400 (Scopus :200 TCI1,2: 200)	450	500	550
KR 2.4 ผลงานวิจัยที่อ้างอิง (Citation)	ครั้ง	2.24	2.5	2.6	2.7	2.8
KR 2.5 จำนวนผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม หรืองานสร้างสรรค์ ที่ได้รับเลขที่คำขอ/เลขที่ สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร หรือบัญชีนวัตกรรม ที่คณะกรรมการตรวจสอบ คุณสมบัติผลงานนวัตกรรม ที่ขอขึ้นทะเบียนบัญชีนวัตกรรม ไทยอนุมัติ และจัดส่งข้อมูลให้ สำนักงานประมาณแล้ว	จำนวน ผลงาน วิจัย	158	170	180	190	200

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2566	2567
KR 2.6 งบประมาณวิจัยจาก หน่วยงานภายนอก (PPP, Industry, Government)	ล้าน บาท	127	140	150	160	170
KR 2.7 งบประมาณจากแหล่งทุน ภายนอกสนับสนุนการสร้าง ผู้ประกอบการ/ธุรกิจใหม่ (Startup Co-Investment Funding)	ล้าน บาท	42	60	80	100	120



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



ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

Social and Culture Enhance by Innovation : การบริการวิชาการและ
เพิ่มคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์						
O3 : การสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจสังคมท้องถิ่นและเพิ่มคุณค่าทางด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยนวัตกรรม						
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2565	2567
KR 3.1 พัฒนากำลังคน (Re-skill, Up-Skill, New-Skill) ที่ตอบโจทย์ อุตสาหกรรมเป้าหมาย และ EEC						
3.1.1 จำนวนหลักสูตร Re-skill, Up-skill, New-skill ที่พัฒนากำลังคน ในอุตสาหกรรมเป้าหมาย และ EEC	หลัก สูตร	N/A	45	45	45	54
3.1.2 จำนวนคนที่ได้รับการ พัฒนาหรือมาใช้บริการ (เรียน, อบรม, ใช้ห้อง LAB, ให้คำปรึกษา)	คน	N/A	1,350	1,850	2,350	2,850
KR 3.2 ชุมชนเป้าหมาย หรือ ชุมชนที่มีความร่วมมือได้รับการ ยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น	ชุมชน	10	80	80	80	80
KR 3.3 รายได้จากการบริการ วิชาการ	ล้าน บาท	131	160	192	230	276
KR 3.4 ศิลปวัฒนธรรมที่ได้รับ การสืบสาน สร้างสรรค์ และ พัฒนาให้มีคุณค่า มูลค่า เชิงนวัตกรรมหรือเชิงพาณิชย์	เรื่อง	คณะ 7 เรื่อง SAR 12 เรื่อง	12	13	14	15

กลยุทธ์ (Strategy)

1. ส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปบริการวิชาการในลักษณะแบบให้เปล่า แบบที่ก่อให้เกิดรายได้หรือแบบร่วมทุน
2. ส่งเสริมการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม มาขับเคลื่อน ให้เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่เพิ่มมูลค่า คุณค่า หรือต่อยอด เชิงพาณิชย์
3. ส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และกลุ่มผู้สูงอายุ ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม
4. ส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานการผลิตด้วยการให้บริการด้านการ ทดสอบมาตรฐาน
5. ส่งเสริมการบริการวิชาการที่ก่อให้เกิดรายได้
6. ส่งเสริมการอนุรักษ์ สืบสาน ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยนวัตกรรม และพัฒนาต่อยอดให้เกิดคุณค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และสังคม





ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

Innovative Management: การเรียนบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์						
O4: การใช้นวัตกรรมในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและปรับตัวได้เร็วต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อความยั่งยืน						
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2566	2567
KR 4.1 กระบวนการที่สร้างคุณค่า	กระบวนการ	N/A	30	35	40	45
KR 4.2 ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA)	ร้อยละ	92.43	95	96	97	98
KR 4.3 บุคลากรได้รับการพัฒนาสมรรถนะตามแผนพัฒนารายบุคคล (IDP)	ร้อยละ	100	85	90	95	100
KR 4.4 ผู้บริหารระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง ได้รับการพัฒนาทักษะเชิงบริหารจัดการ อย่างน้อยคนละ 1 ครั้งต่อปี	ร้อยละ	41.47 (231/557)	85	90	95	100
KR 4.5 ความร่วมมือเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมกับภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม (University- Industry Linkage)	กิจกรรม	N/A	24	30	40	50
KR 4.6 รายได้นอกเหนือจากการจัดการศึกษาเพิ่มขึ้น	ร้อยละ	16.06 (330ลบ.)	10 (360ลบ.)	10	10	10



ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2564	2565	2566	2567
KR 4.7 การจัดอันดับมหาวิทยาลัย ในระดับสากล						
4.7.1 การประเมินจาก QS Stars Rating	ดาว	ผลการ ประเมิน ตนเอง 4 (รอผล จาก QS)	4	5	5	5
4.7.2 การจัดอันดับ มหาวิทยาลัยสีเขียว	อันดับ ของ ประเทศ /ระดับ การ ทำงาน	อันดับที่ 10 ของ ประเทศ	1ใน5 ของ ประเทศ	1ใน5 ของ ประเทศ	1ใน5 ของ ประเทศ	1ใน5 ของ ประเทศ
4.7.3 เตรียมความพร้อม สำหรับการเข้าสู่การจัดอันดับ มหาวิทยาลัย THE Impact Ranking (“THE” หรือ Times Higher Education)	กระบวน การ	N/A	4 กระบวน การ (4SDGs)	4 กระบวน การ (4SDGs)	4 กระบวน การ (4SDGs)	4 กระบวน การ (4SDGs)



กลยุทธ์ (Strategy)

1. ส่งเสริมการบริหารจัดการด้วยนวัตกรรมและการทำงาน
เชิงบูรณาการร่วมกัน เพื่อการพัฒนาศักยภาพองค์กร
รองรับการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับอย่างยั่งยืน
(Organization Transformation)
2. ส่งเสริมการบริหารงานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมาภิบาล
3. พัฒนาระบบ Strategic Human Resource Management
4. แสวงหารายได้เพื่อสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเอง
ได้อย่างยั่งยืน
5. ส่งเสริมกระบวนการการพัฒนามหาวิทยาลัยรองรับการประเมิน
ในระดับสากล



ส่วนที่ 4

การติดตามและประเมินผล



การติดตามและประเมินผล

การติดตามความก้าวหน้า และการประเมินผลสำเร็จของการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องโดยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results : KR) ที่สอดคล้องกับเป้าหมายหลักของนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีระบบการติดตามประเมินผลโดยยึดหลักการกระจายอำนาจโดยสนับสนุนให้ใช้กลไกการบริหารงานซึ่งมีคณบดี ผู้อำนวยการ เป็นผู้มีอำนาจและบทบาทอย่างเต็มที่ในการบริหารกลยุทธ์และติดตามประเมินผลและรับผิดชอบติดตามการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ตนรับผิดชอบโดยกองนโยบายและแผนเป็นผู้วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปในภาพรวมของมหาวิทยาลัย เพื่อทราบผลความก้าวหน้าในการปฏิบัติราชการ รวมทั้งปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและหาแนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคให้งานบรรลุเป้าหมายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีนำเสนอต่อคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย คณะกรรมการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล แผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย คณะกรรมการตรวจสอบของสภามหาวิทยาลัย และสภามหาวิทยาลัย เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ ให้เข้าสู่เป้าหมายตามระยะเวลาที่กำหนด



ระยะเวลาการติดตามประเมินผล

การติดตามประเมินผลเป็นกลไกสำคัญเพื่อควบคุมการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ และก่อให้เกิดการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องโดยดำเนินการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ ระยะเวลาในการติดตามแบ่งออกเป็นรายไตรมาส จำนวน 3 ครั้งต่อปี คือ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน รอบ 6 เดือน รอบ 9 เดือน และรอบ 12 เดือน โดยคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย คณะกรรมการออกแบบ จัดทำและขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรฯ คณะกรรมการตรวจสอบของสภามหาวิทยาลัย และสภามหาวิทยาลัย ติดตามประเมินผลความก้าวหน้าและผลสำเร็จ ผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อพิจารณาหาแนวทางแก้ไขให้บรรลุเป้าหมายตามนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย และใช้เป็นข้อมูลในการประเมินผลการดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์ รวมทั้งเป็นข้อมูลสำหรับการปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และการพัฒนาที่สามารถนำไปใช้กับการดำเนินงานตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

RMUTT Strategic design & Implement Strategy





คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

ผศ.ดร.สมหมาย ผิวสอาด : อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะผู้จัดทำ

ผศ.พงศ์พิชญ์ ต่วนภูษา : รองอธิการบดี ประธานคณะผู้จัดทำ

นายวิรัช โหตระไวศยะ : รองอธิการบดี

รศ.ดร.สุจิระ ขอจิตต์เมตต์ : รองอธิการบดี

ผศ.อภิชาติ ไก่ฟ้า : รองอธิการบดี

รศ.ดร.กฤษณ์ชนม์ ภูมิภิตติพิชญ์ : รองอธิการบดี

รศ.ดร.เกียรติศักดิ์ พันธลำเจียก : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.ดร.สรพงษ์ ภาสุปรีย์ : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.เมธา ศิริกุล : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.ดร.นครินทร์ ปิ่นปฐมรัฐ : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.ปณิดา สงวนทรัพย์ : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.อิทธิพล โพธิพันธุ์ : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.ดร.อำนาจ เรืองวาริ : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.ดร.สุนนมาลย์ เนียมกลาง : ผู้ช่วยอธิการบดี

นางสาวนวรรตน์ นิลดับแก้ว : ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผน

นางสาวชลธิชา ศิริลักษณ์ : นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการ

นางสาวรัชดาภรณ์ แสงศรี : นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการ

นางสาวศิริินภา จันทร์จิระ : นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

นางสาวปัญญนุช ผลโต : นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

นายจตุพร เมืองหมื่น : นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

ออกแบบและจัดทำกราฟิก

นายสุภภักดิ์ รัชแก้ว : นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

RMUTT : Innovative University



“

Value System Delivery
for Sustainable Development (UN analogy)

”



กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
39 หมู่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก คลองหก ธัญบุรี ปทุมธานี 12110
โทร : 0 2549 4902 - 9 โทรสาร : 0 2549 4900
<https://www.pld.rmutt.ac.th>