



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 จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแผนในการบริหารและพัฒนาเพื่อขับเคลื่อน มหาวิทยาลัยสู่ “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 ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ 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 ประธานคณะกรรมการ ออกแบบ 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	แนวทางการพัฒนาระดับคุณภาพกำลังคน	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

4.1	แนวทางการติดตามและประเมินผล	48
4.2	การประเมินคุณค่าทางเศรษฐกิจ	50
4.3	ระยะเวลาการติดตามประเมินผล	52





ส่วนที่ 1

บริบทสำคัญต่อการ
ทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์



**Moving Towards
Innovative University**

บริบทสำคัญต่อการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์

ระดับของแผน และความเชื่อมโยง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ต้องดำเนินการทบทวนนโยบายและยุทธศาสตร์ ให้มีความสอดคล้อง เชื่อมโยงและให้เกิดผลสัมฤทธิ์ บรรลุเป้าประสงค์ 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

พลิกโฉมประเทศ สู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน



13 หมุดหมาย สู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน





กรอบแนวคิดยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม พ.ศ.2566-2570



บริบทและพันธกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จะสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของกระทรวง อว. ในด้านยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการพัฒนา กำลังคน สถาบันอุดมศึกษา และสถาบันวิจัยให้เป็นฐานการขับเคลื่อนการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมของประเทศแบบก้าวกระโดดและยั่งยืน ส่งผลก่อให้เกิดการ ขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 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 มิติไปพร้อมกันได้แก่ 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



อุตสาหกรรมที่ผลักดันการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ
แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

รูปแบบที่ 1 คือ First s-curve เป็นการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอยู่แล้วในประเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่ายผลิต โดยการลงทุนชนิดนี้จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลาง ได้แก่

1. อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next-Generation Automotive)
2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics)
3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism)
4. การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnology)
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. อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital)
10. อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub)

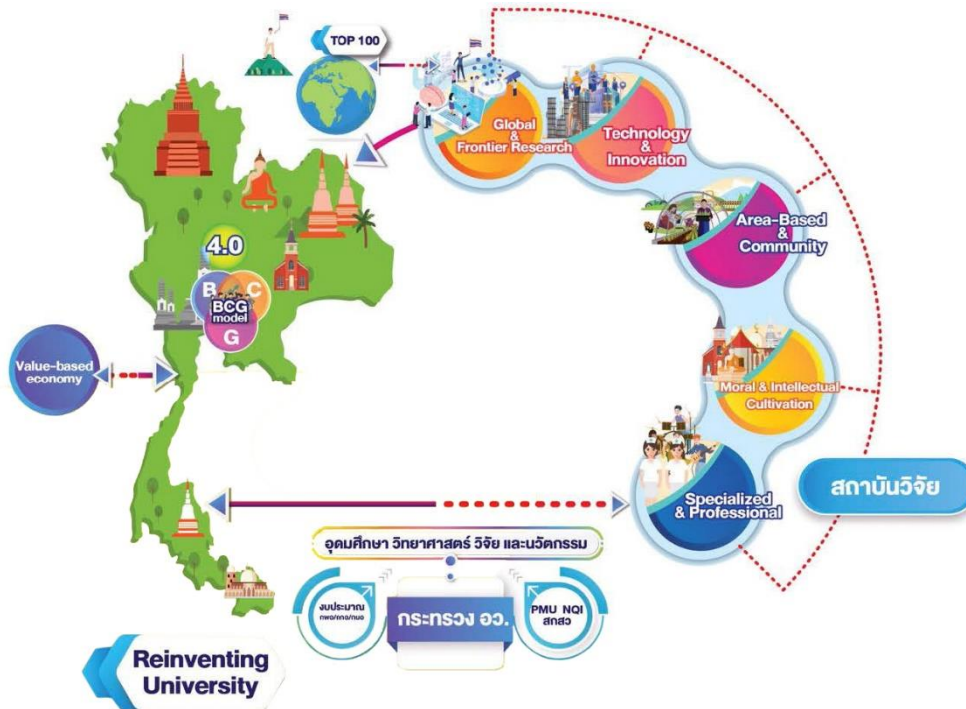
เพิ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve) อีก 2 ประเภท คือ

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



การกำหนดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา 5 กลุ่มเชิงยุทธศาสตร์

โครงสร้างการจัดการมหาวิทยาลัยตามความเชี่ยวชาญ 5 กลุ่มยุทธศาสตร์หลัก



1. กลุ่มการพัฒนาการวิจัยระดับแนวหน้าของโลก (Global & Frontier Research)

มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาบุคลากรตอบ โจทย์ตลาดแรงงานระดับโลก สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมที่เป็น ทิศทางของประเทศและ มีคุณภาพระดับโลก

2. กลุ่มการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริม การสร้างนวัตกรรม (Technology & Innovation)

มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนา บุคลากรตามความต้องการของอุตสาหกรรม สร้างเทคโนโลยีและ นวัตกรรม ตามทิศทาง และจุดเน้นของ ประเทศ

4. กลุ่มการพัฒนาปัญญา และคุณธรรมด้วย หลักศาสนา

(Moral & Intellectual Cultivation)
มุ่งเน้นการนำคำสอนทางศาสนาต่าง ๆ มา ผสมผสานกับวิชาการ เพื่อมาปรับใช้ในการเรียน การสอนและวิจัยให้เหมาะสมกับสภาพสังคมที่ เปลี่ยนไป ปลุกฝังจิตสำนึกและคุณธรรมที่งดงาม

3. กลุ่มการพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่ (Specialized & Professional)

มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาบุคลากร ที่มีทักษะสูงตามความต้องการของท้องถิ่น และพัฒนาท้องถิ่นด้วยองค์ความรู้และ นวัตกรรม

5. กลุ่มการผลิต และพัฒนาบุคลากร วิชาชีพและสาขาเฉพาะ

(Specialized & Professional) มุ่งเน้น การพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะ ความรู้ เสริมสร้าง บุคลากรสู่ความเป็นมืออาชีพเฉพาะทางให้ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด



ผลการประเมินตนเองและการกำหนดกลุ่มยุทธศาสตร์

ด้วยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีนโยบายมุ่งเป็น Innovative University ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์ศักยภาพองค์กรและผลการดำเนินงานพบว่า มทร.ธัญบุรี มีศักยภาพและความพร้อมในด้านการวางหลักสูตร ความร่วมมือและระบบนิเวศนวัตกรรม ที่พร้อมสำหรับการพลิกโฉมเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology and Innovation) ดังแสดงในตารางและแผนภาพด้านล่าง แต่เมื่อพิจารณาถึงผลการดำเนินงาน นั้นพบว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ยังต้องพัฒนาเรื่องการบ่มเพาะและรางวัลความเป็นผู้ประกอบการของบัณฑิต รวมถึงสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมในการขับเคลื่อนยกระดับการเคลื่อนย้ายบุคลากรไปทำงานร่วมกับภาคประกอบการโดยการใช้ นวัตกรรม ผ่านเครือข่ายศิษย์เก่าและเครือข่ายความร่วมมือ

กลุ่มที่ 2 พัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology and Innovation)

ตัวชี้วัดศักยภาพของสถาบันอุดมศึกษา (Potential indicator)	ผลการประเมิน	Level	ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Performance indicators)	ผลการประเมิน	Level
1. ระบบนิเวศด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเร่งพัฒนาผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษา (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

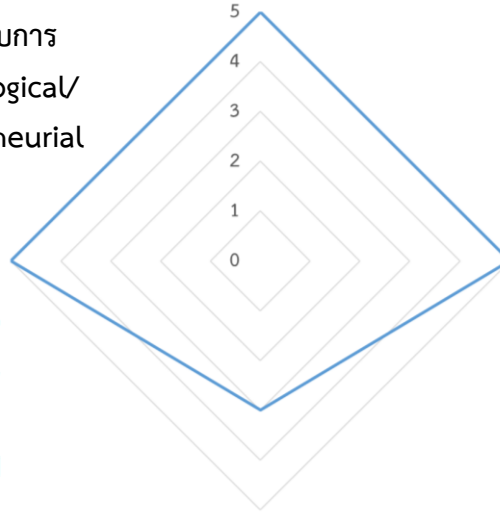
ตัวชี้วัดศักยภาพองค์กร (Potential indicators)

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

4. ความร่วมมือเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมกับภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรมของสถาบันอุดมศึกษา (University - Industry Linkage)

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

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

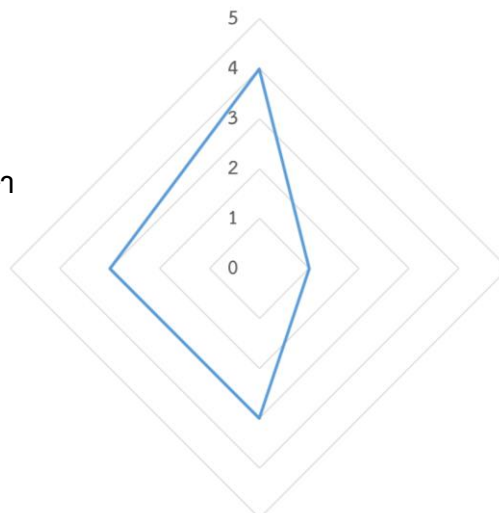


ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Performance indicator)

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 และขับเคลื่อน
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



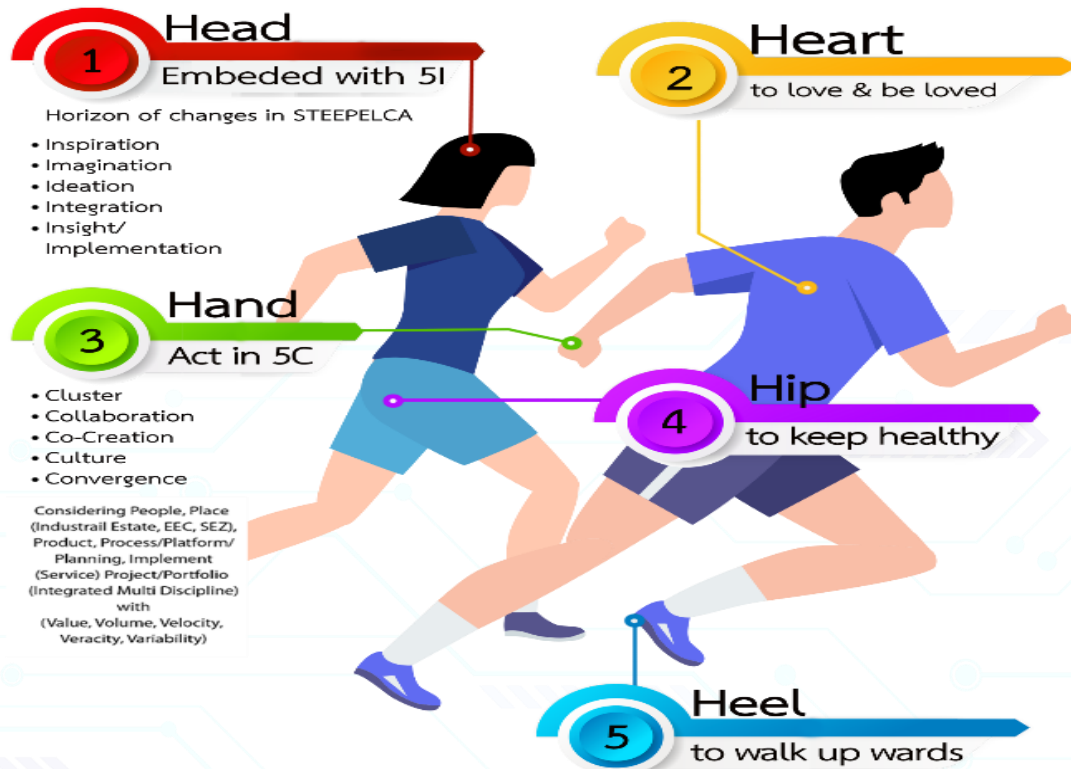
① นวัตกรรม (Innovation) คืออะไร ⇨ What



“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 pluggedทักษะ 5Is และยุทธศาสตร์นวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) โดยกระบวนการความร่วมมือกับโลกเปิดในรูปแบบ 3Cs

② นวัตกรรม (Innovation) เริ่มที่ไหน ⇨ Hand-On

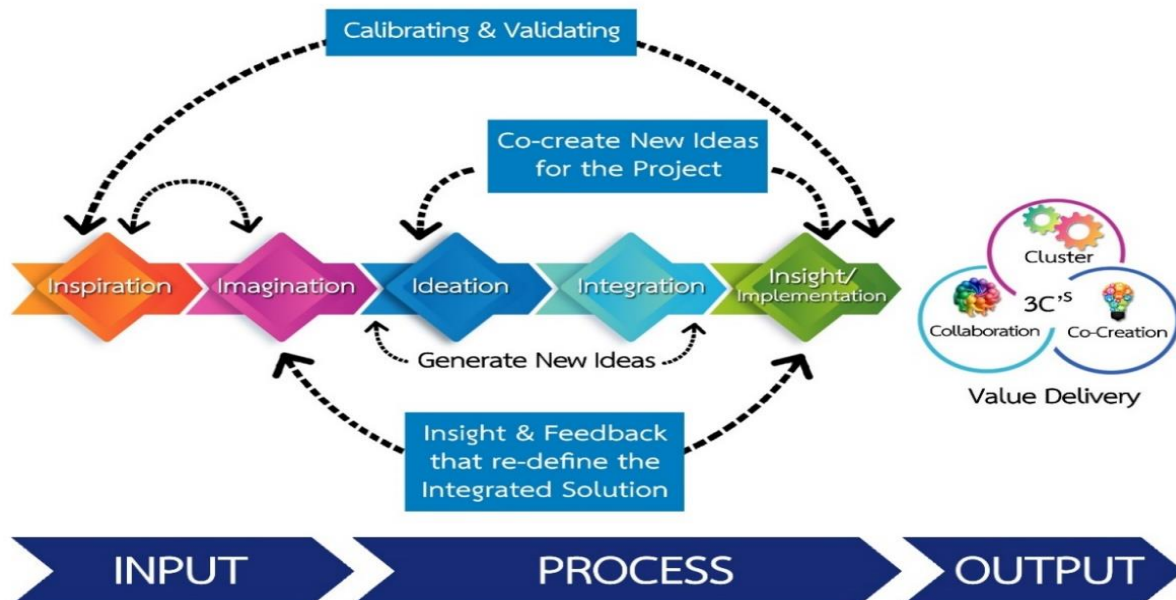
Innovating U_to 5th Dimension



คนมาก่อนเทคโนโลยี

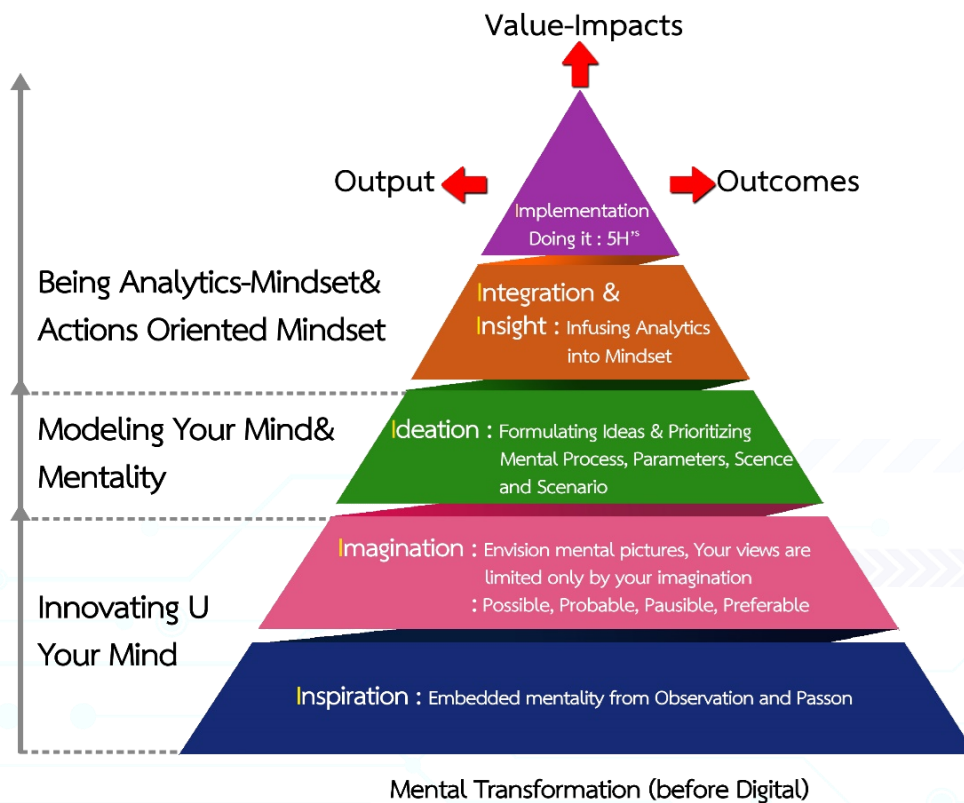
Head	Connect “Vision with Values” เชื่อมต่อวิสัยทัศน์และแนวคิดโดยโฟกัสถึงคุณค่าตาม Visionary Mission และสร้างวิธีคิดแบบเปิด (Open Mindset) นอกจากทำให้ทุกคนมุ่งสู่เป้าหมาย (Destination) ที่กำหนดไว้ล่วงหน้าสู่คุณค่าแล้ว จะทำให้หน่วยงานหรือองค์กรเลือกทางเดิน (Diverging Journey) อันเหมาะสมที่สุดกับโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดจนเส้นทางเดินขององค์กรที่เปิดกว้างในโลกความเป็นจริง
Heart	ทำไปด้วยใจสั่งมา “องค์กร มุ่งสร้างคุณค่าภายในที่ Love & Respect” หากเพียงกำหนดว่าคนของเราต้องพัฒนาตนเอง แต่ถ้าคนอยู่ในองค์กรแล้วไม่มีใจต้องการชีวิตหน้าที่การงานก็ยากที่จะทรงคุณค่า
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

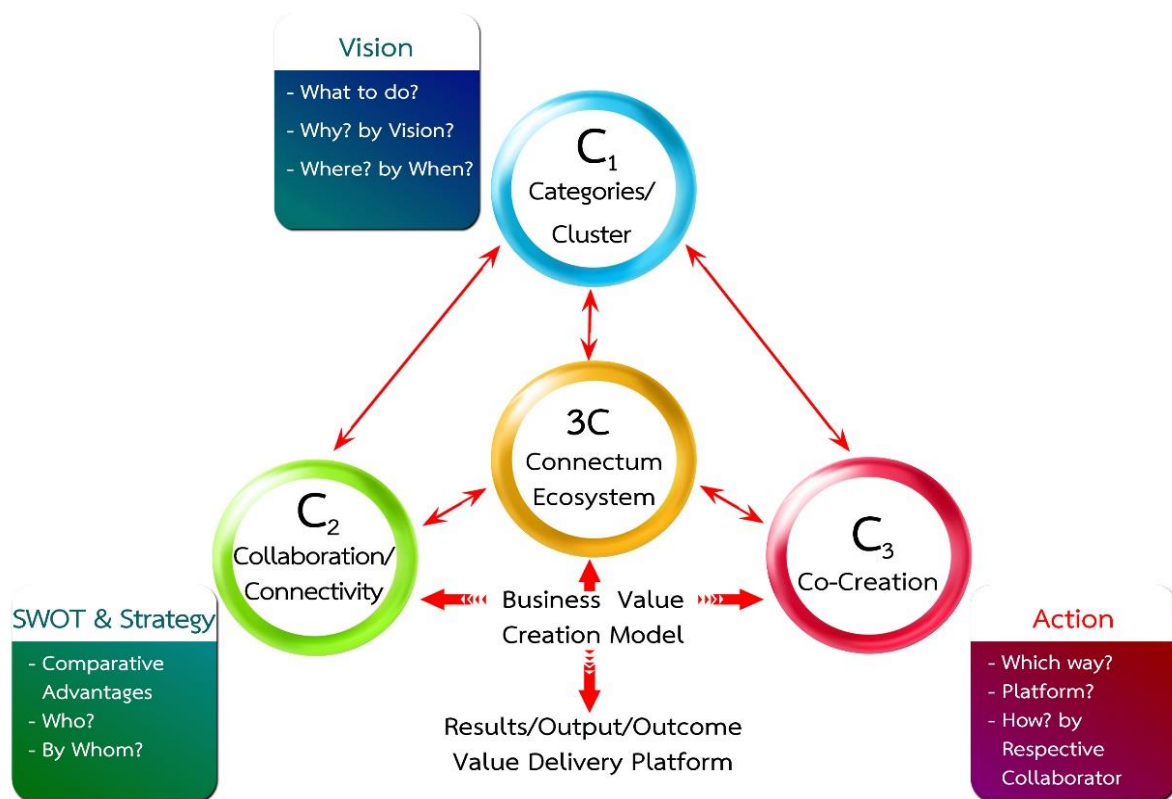




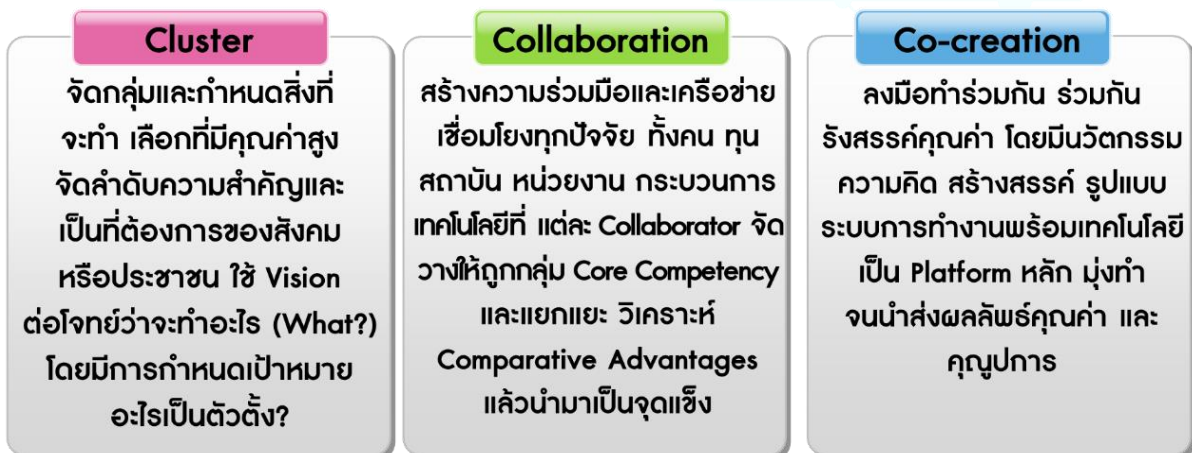
① Inspiration	② Imagination	③ Ideation	④ Integration/ Insight	⑤ Implementation
สร้างความสามารถในการรับและสร้างแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ในตัวตนจากสิ่งแวดล้อม องค์ความรู้ และผลจากการสังเกต	ฝึกให้มีจินตนาการเหนือความรู้พื้นฐานและวิชาการ มองอนาคตได้กว้างไกล ค้นหาเส้นทางใหม่ไปให้ถึง (Foresight)	ฝึกสร้างความคิดริเริ่มสิ่งใหม่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

Mental Transformation (before Digital)

แนวทางการทำงานร่วมกับสังคม

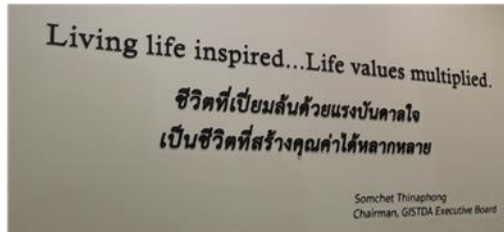
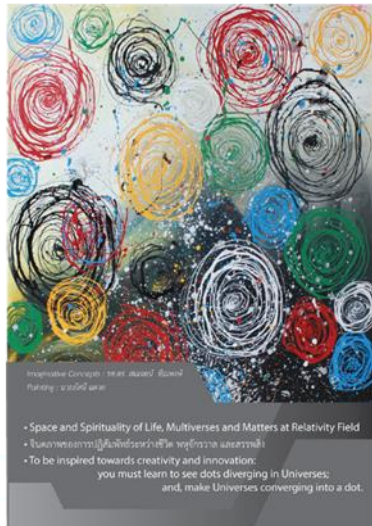


เราอยู่ในจักรวาลเปิด



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

④ Innovation Walk The Why Seeding & Natural Growth

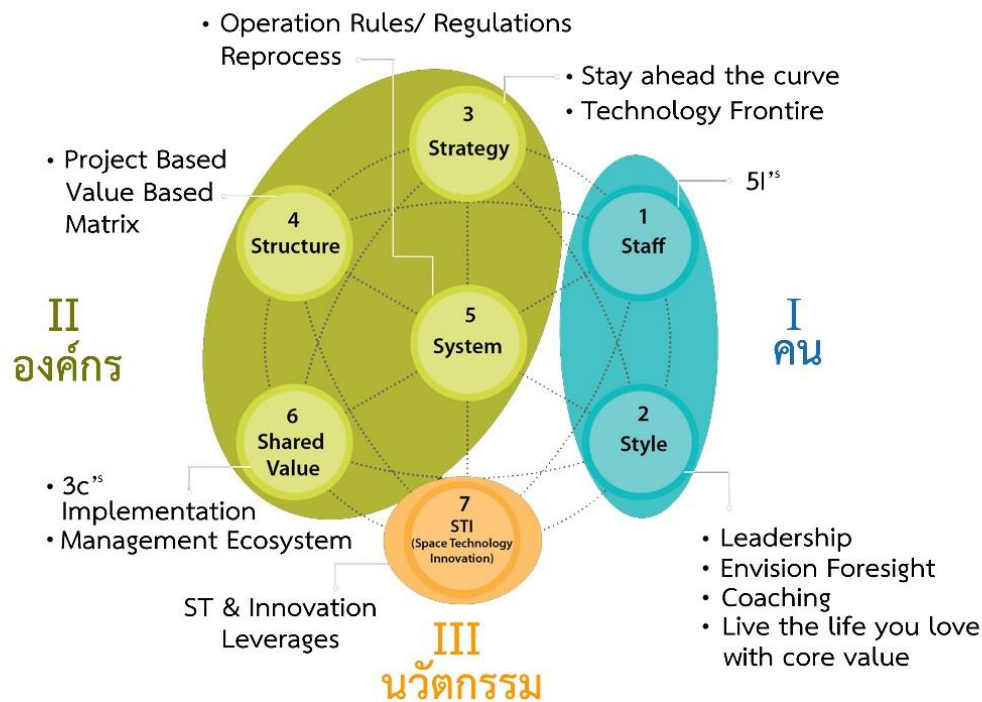


Case: Krenovation Park



Inspirational

⑤ Innovation Fly Exponential Growth by Technology



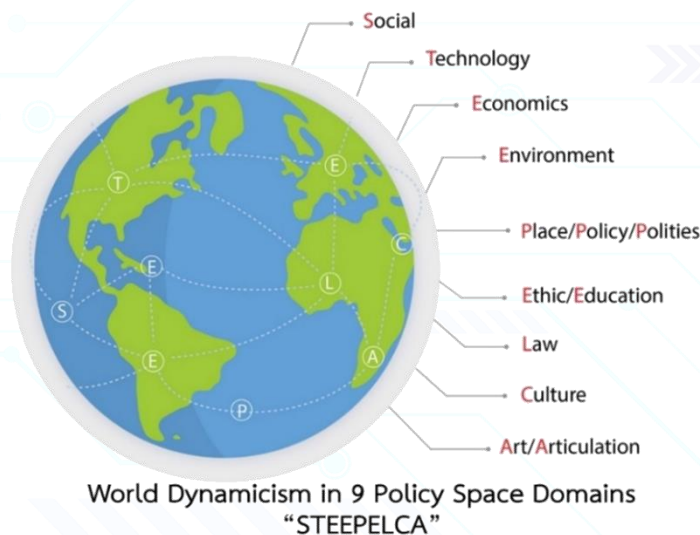
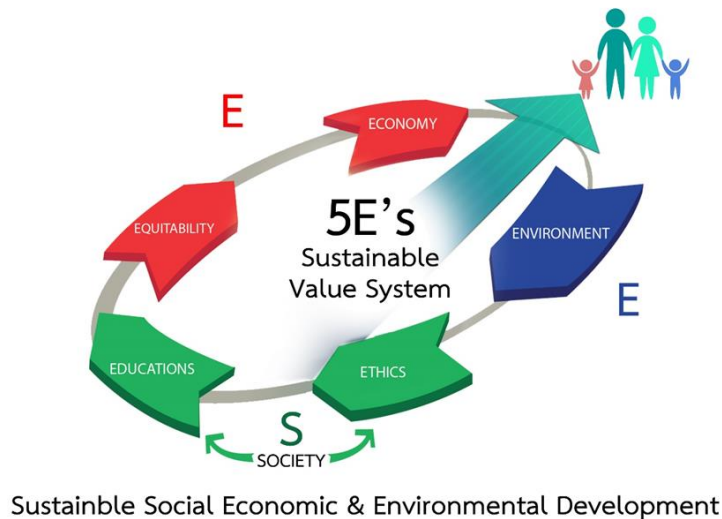
การกำหนดแนวทางการประเมินคุณค่าโครงการโดยสร้าง Value Creation Map ให้เป็นเครื่องมือ

- ♦ 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 ?	- 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
*HVC: High Value Creation	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.ธัญบุรี ในด้าน Geospatial & Innovation Domain ภายใต้ปัจจัยท้าทายและสถานการณ์เปลี่ยนแปลงใน 9 มิติ (STEEPELCA) ที่ส่งผลกระทบต่อ มทร.ธัญบุรี และประเทศ โดยยุทธศาสตร์ที่ออกแบบและนำไปสู่การขับเคลื่อนบนยุทธศาสตร์เชิงนวัตกรรม (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

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก



อุตสาหกรรมเป้าหมาย 10 S - Curve

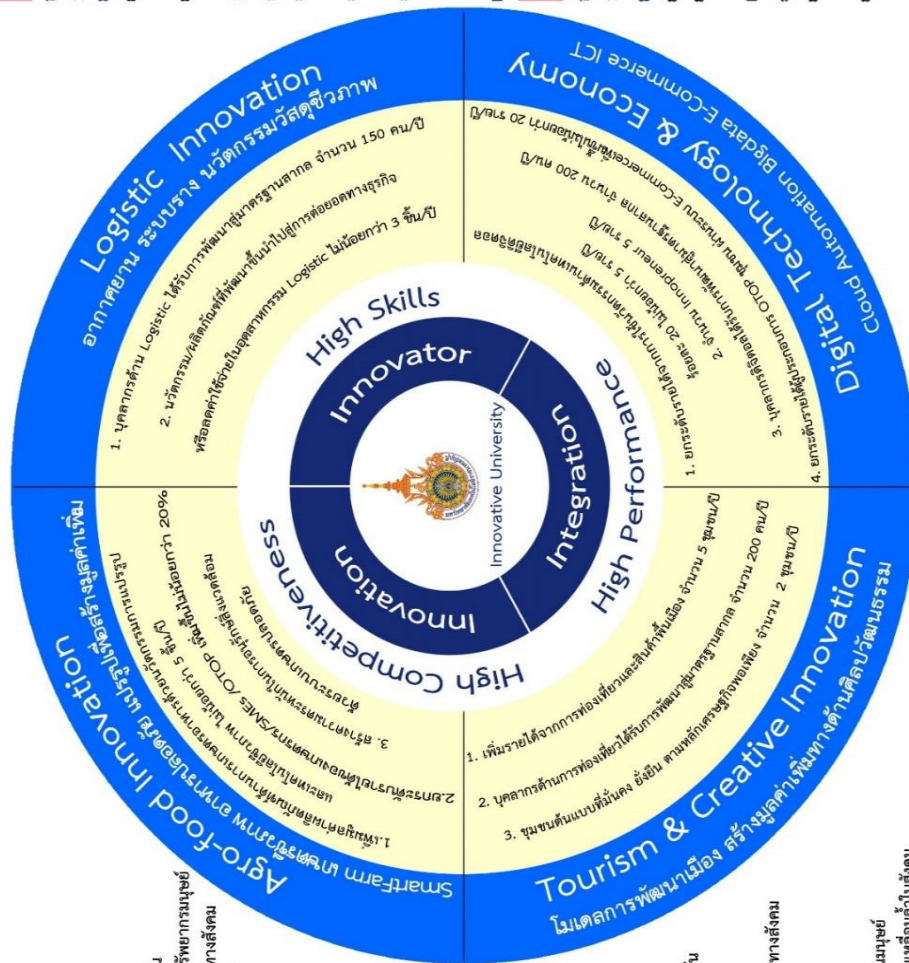
- เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ
- การแปรรูปอาหาร
- ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 - 2580)
- ยุทธศาสตร์ 2 : การสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- ยุทธศาสตร์ 3 : การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพมนุษย์
- ยุทธศาสตร์ 4 : การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม
- ยุทธศาสตร์ 5 : การสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)
- ยุทธศาสตร์ 7 : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์
- 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 : การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพมนุษย์
- ยุทธศาสตร์ 4 : การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)
- ยุทธศาสตร์ 1 : การเสริมสร้างและพัฒนาคุณภาพทุนมนุษย์
- ยุทธศาสตร์ 2 : การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
- ยุทธศาสตร์ 3 : การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
- ยุทธศาสตร์ 10 : ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา



BCG

Social and Culture Enhance by Innovation :

การบริหารวิชาการและเพิ่มคุณค่า
ด้านศิลปวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม

Research for Innovator :

การวิจัยเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม

Learning to be Innovator :

การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกรรม

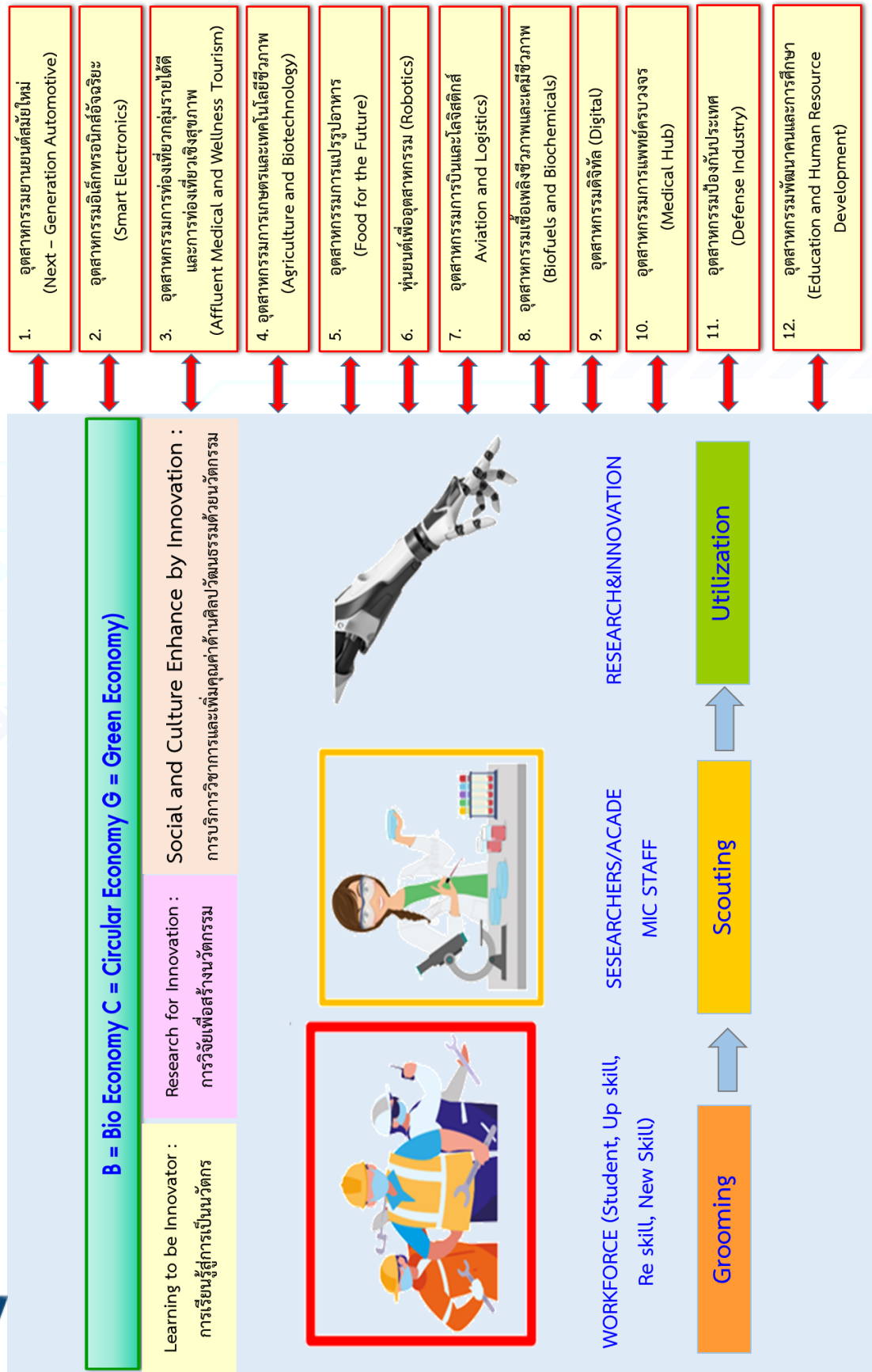
Innovative Management : การบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม

RMUTT
Flagship
Strategic



SDGs

การผลิตกำลังคน งานวิจัยและนวัตกรรมขับเคลื่อน 12 อุตสาหกรรมเป้าหมายบนฐานเศรษฐกิจ BCG



RMUTT INNOVATIVE ECOSYSTEM

การวางฐานสร้างระบบนิเวศนวัตกรรม ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผ่านปัจจัยหลัก 5 ด้าน ได้แก่

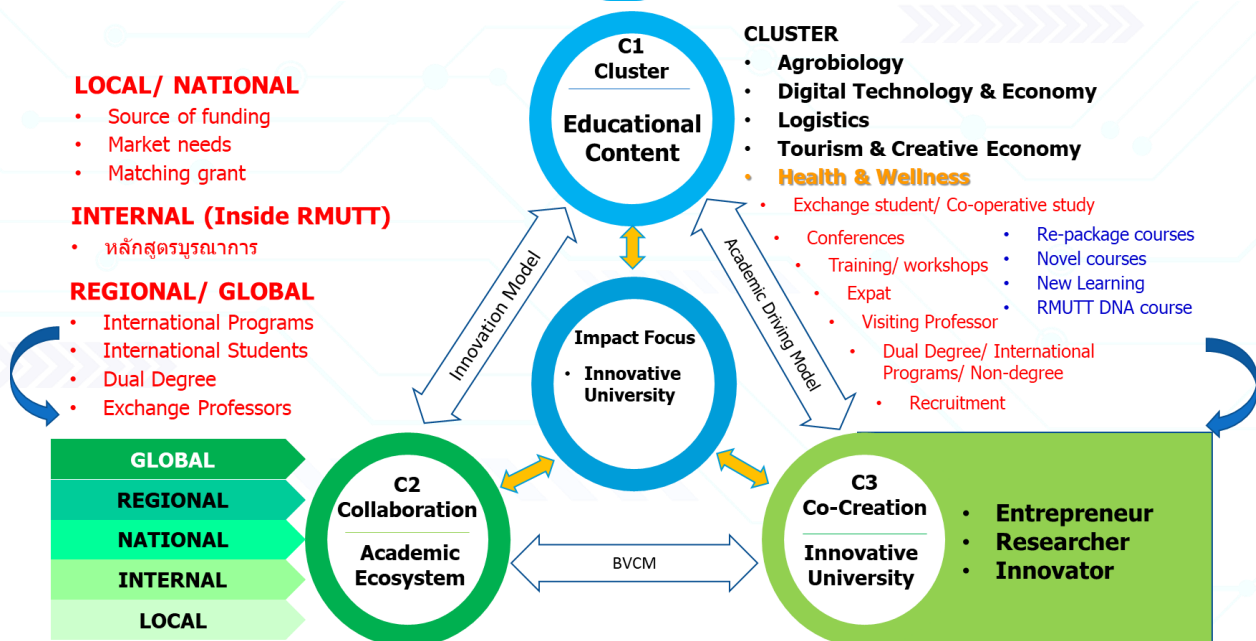
1. Research, Education & Support Program
2. Student & Graduated Student Activities
3. Incubators & Accelerator & Co working Space
4. Alumni & Network
5. Competition, Event, Seminar



แนวทางการพัฒนาระดับคุณภาพกำลังคน

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

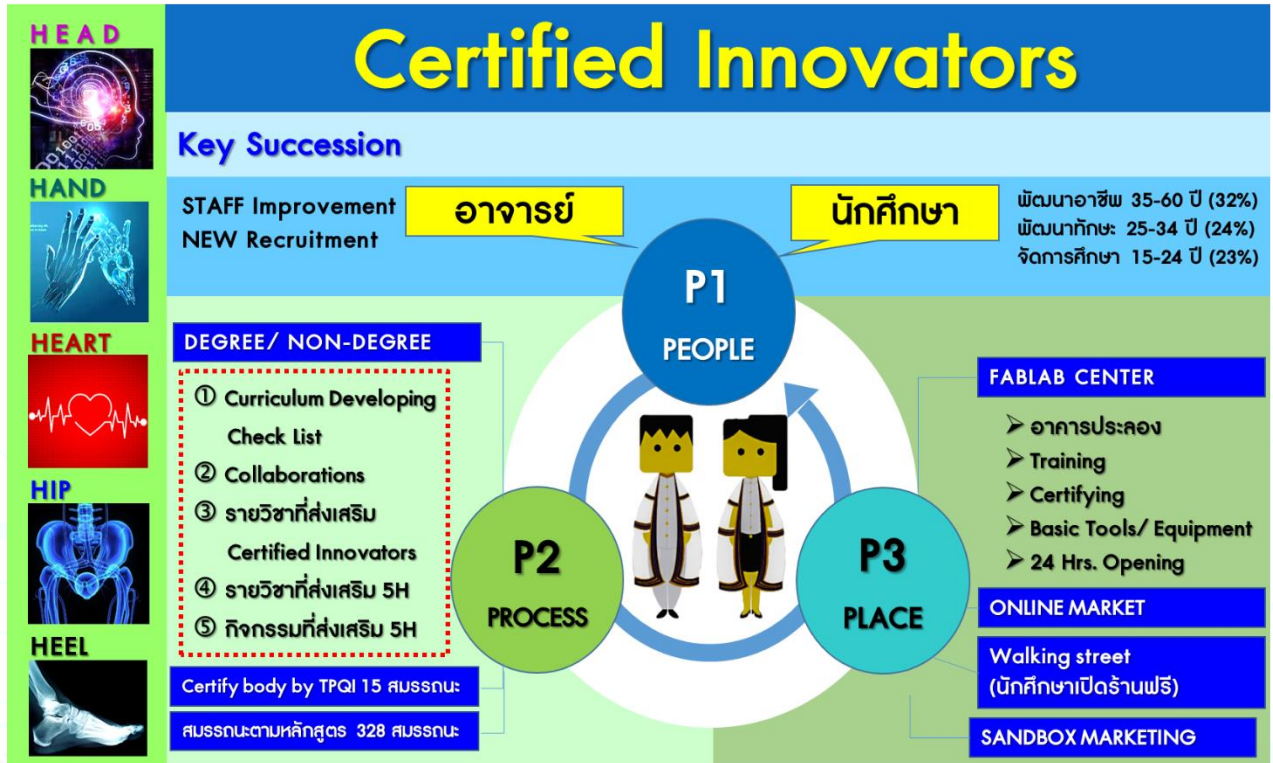
ACADEMIC STRATEGIC FLAGSHIP



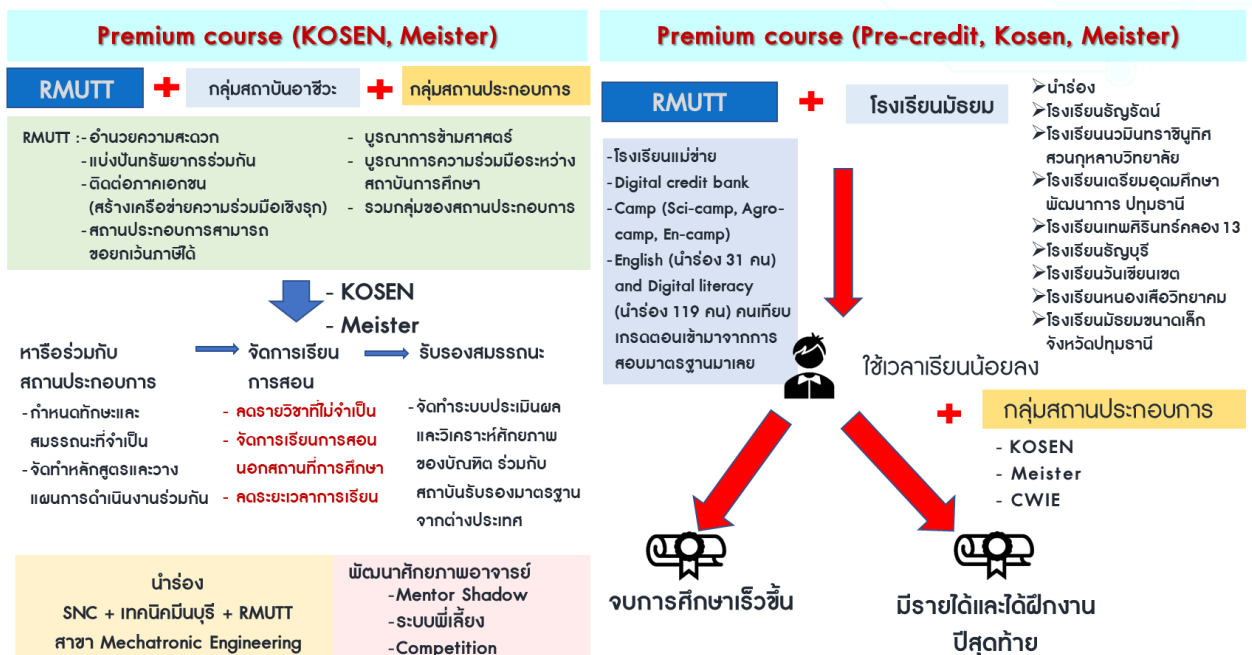
ในการพัฒนานักศึกษาให้เป็นนักนวัตกรรม ทาง มทร.ธัญบุรี ใช้หลัก 5H (Head, Hand, Heart, Hip, Heel) ในการพัฒนานักศึกษาซึ่ง

- 1) Head คือมีความรู้ความสามารถทางด้านวิชาชีพและมีแนวความคิดในการเป็นนวัตกรรม
- 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.ธัญบุรี กลุ่มสถาบันอาชีวศึกษา และกลุ่มสถานประกอบการ โดย มทร.ธัญบุรี ทำหน้าที่ในการอำนวยความสะดวก แบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน ประสานงานติดต่อภาคเอกชน (สร้างเครือข่ายความร่วมมือเชิงรุก) ซึ่งสถานประกอบการสามารถขอยกเว้นภาษีได้ มีการจัดหลักสูตรที่มีการบูรณาการข้ามศาสตร์ การบูรณาการความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา กับกลุ่มของสถานประกอบการ

โดยขั้นตอนการทำงานคือหารือร่วมกับสถานประกอบการ เพื่อกำหนดทักษะและสมรรถนะที่จำเป็น จัดทำหลักสูตรและวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน ในการจัดการเรียนการสอน จะมีการลดรายวิชาที่ไม่จำเป็น การจัดการเรียนการสอนนอกสถานที่การศึกษา เพื่อลดระยะเวลาการเรียนในมหาวิทยาลัย ในพัฒนาสมรรถนะให้ตรงกับความต้องการ ต้องมีการจัดทำระบบประเมินผล และวิเคราะห์ศักยภาพของบัณฑิต 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

และแผนปฏิบัติการ 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
ผลิตนวัตกรรมและนวัตกรรมที่ทรงคุณค่า
ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน”



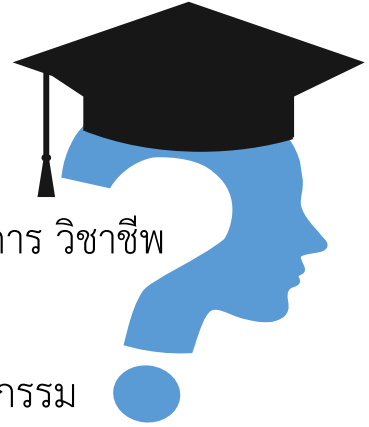
วิสัยทัศน์ (Vision)

มหาวิทยาลัยนวัตกรรม
ที่สร้างคุณค่า **สู่สังคมและประเทศ**



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)

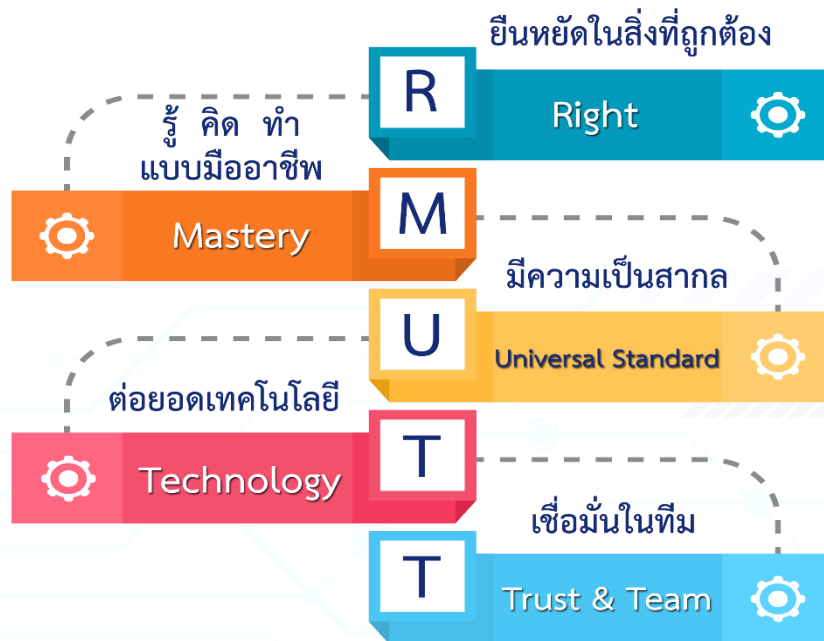
“มหาวิทยาลัยนักปฏิบัติ
พัฒนานวัตกรรม และสร้างสรรค์นวัตกรรม”



อัตลักษณ์ (Identity)

“นักปฏิบัติ นักคิด นักสร้างสรรค์นวัตกรรม”

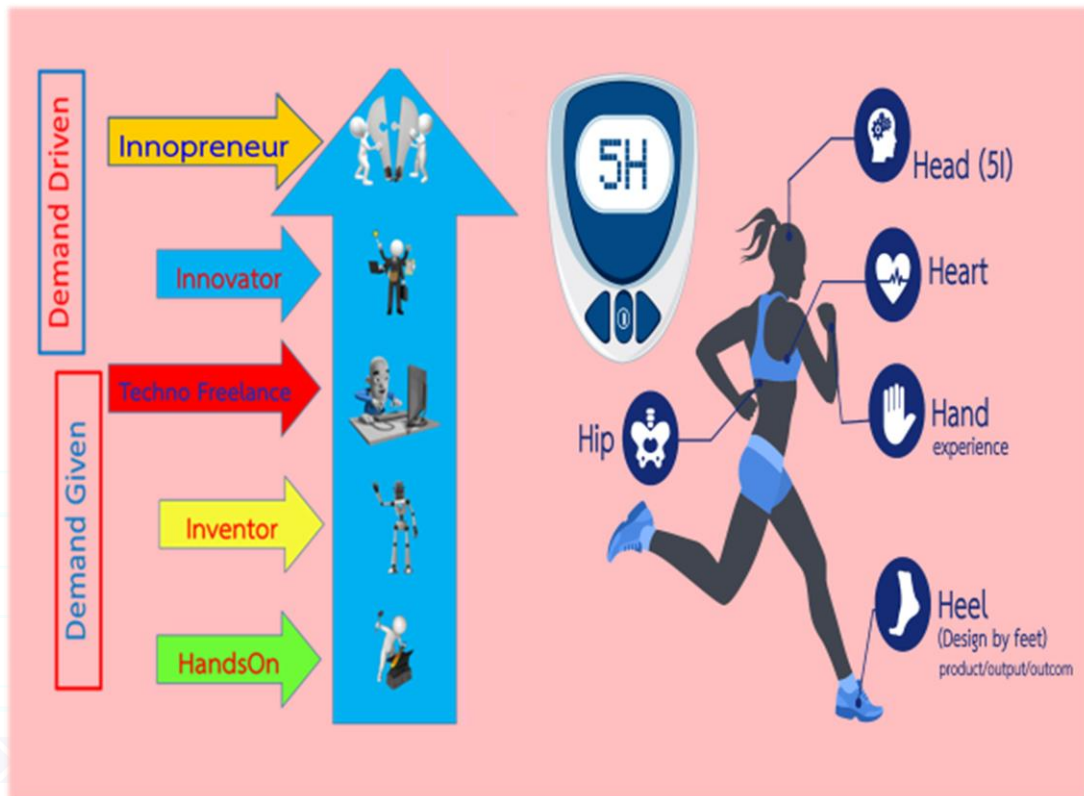
ค่านิยมองค์กร (Core Values)



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** : สมรรถนะและทักษะต่าง ๆ ที่บัณฑิตสามารถปฏิบัติและแสดงออกมาเห็นได้อย่างชัดเจน
4. **Hip** : การส่งเสริมค่านึงถึงสุขภาพและบุคลิกภาพที่ดี เพื่อนำไปสู่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
5. **Heel** : การส่งเสริมให้บัณฑิตสามารถพัฒนาศักยภาพตนเองได้หลังจบการศึกษาแล้ว



ส่วนที่ 3

นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี
ปีงบประมาณ 2565

e-Libra

SERVICE

-  e-Book
-  e-Journal
-  e-Database
-  e-Thesis
-  e-News



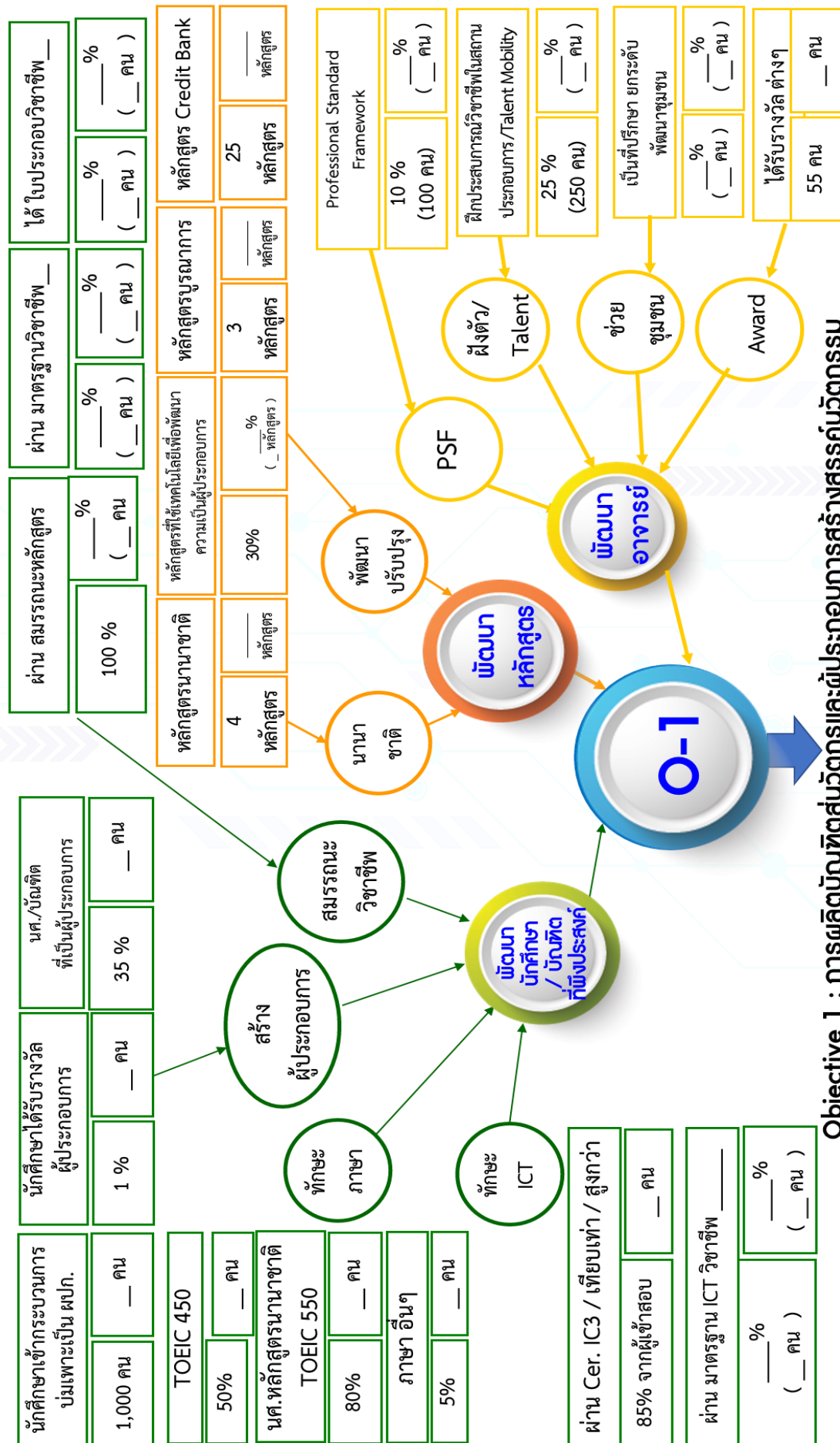
นโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี ปีงบประมาณ 2565

กลไกการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี



ยกระดับคุณภาพ ด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ 4 ด้าน

- **1 Learning to be Innovator :**
การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกรรม
- **2 Research for Innovation :**
การวิจัยเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม
- **3 Social and Culture Enhance by Innovation :**
การบริการวิชาการและเพิ่มคุณค่า
ด้วยศิลปวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม
- **4 Innovative Management :**
การบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม





ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

Learning to be Innovator : การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกรรม

เป้าประสงค์ (Objectives)

O1: การผลิตบัณฑิตสู่นวัตกรรมและผู้ประกอบการสร้างสรรค์นวัตกรรม
เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 1.1 นักศึกษาที่ผ่าน มาตรฐานสมรรถนะระดับชาติ และนานาชาติ						
1.1.1 นักศึกษามีสมรรถนะ ด้านดิจิทัลขั้นพื้นฐาน ตามมาตรฐาน IC3 หรือเทียบเท่า หรือสูงกว่า	ร้อยละ	94.66	85	90	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	2.75	50	55	60	65
1.1.4 นักศึกษาหลักสูตร นานาชาติ และหลักสูตร ภาษาอังกฤษ มีผลการทดสอบ TOEIC ตั้งแต่ 550 คะแนนขึ้นไป หรือเทียบเท่า	ร้อยละ	26.70	80	85	90	95



ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
1.1.5 นักศึกษาสอบผ่าน สมรรถนะวิชาชีพ ตามหลักสูตรที่กำหนด	ร้อยละ	78.44	100	100	100	100
1.1.6 นักศึกษามีผลสอบ สมรรถนะจากหน่วยงาน ภายนอก (คณะกรรมการ และหน่วยงาน)						
KR 1.2 นักศึกษาที่ได้รับการ พัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ						
KR 1.2.1 นักศึกษาเข้าสู่ กระบวนการบ่มเพาะ เตรียมความพร้อม เป็นผู้ประกอบการ	คน	750	1,000	1,100	1,200	1,300
KR 1.2.2 นักศึกษาได้รับรางวัล ผู้ประกอบการ	ร้อยละ	-	1	5	10	20
KR 1.3 นักศึกษาหรือบัณฑิต ที่เป็นผู้ประกอบการ (จบการศึกษาไม่เกิน 5 ปี) ที่เกิดจากกระบวนการพัฒนา ผู้ประกอบการและส่งเสริม การสร้างนวัตกรรม ของมหาวิทยาลัย	ร้อยละ	34.54	35	40	45	50



ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 1.4 หลักสูตร/โปรแกรม เฉพาะที่ใช้เทคโนโลยี/ นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็น ผู้ประกอบการ (Technological/ Innovation - Driven Entrepreneurial Education)	ร้อยละ	29.17	30	50	50	50
1.4.1 จำนวนหลักสูตร ด้าน Agro-food Innovation ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็น ผู้ประกอบการ						
1.4.2 จำนวนหลักสูตร ด้าน Logistic Innovation ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็น ผู้ประกอบการ						
1.4.3 จำนวนหลักสูตร ด้าน Digital Technology & Economy ที่ใช้เทคโนโลยี/ นวัตกรรม เพื่อพัฒนา ความเป็นผู้ประกอบการ						
1.4.4 จำนวนหลักสูตร ด้าน Tourism & Creative Innovation ที่ใช้เทคโนโลยี/ นวัตกรรม เพื่อพัฒนา ความเป็นผู้ประกอบการ						
1.4.5 จำนวนหลักสูตร ด้าน Health and Wellness ที่ใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรม เพื่อพัฒนาความเป็น ผู้ประกอบการ						

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	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 หลักสูตรระดับปริญญา นานาชาติ	หลักสูตร	-	4	6	8	10
KR 1.8 การพัฒนาอาจารย์						
1.8.1 อาจารย์ได้รับการพัฒนา ตามมาตรฐาน PSF/UK PSF	ร้อยละ	-	10 (100 คน)	30	60	100
1.8.2 อาจารย์ที่ไปฝึก ประสบการณ์วิชาชีพในสถาน ประกอบการหรือแลกเปลี่ยน ความรู้สู่ภาคธุรกิจ/ อุตสาหกรรม/ชุมชน	ร้อยละ	15.65 (157 คน)	25 (250 คน)	30	40	50
1.8.3 อาจารย์ได้รับรางวัล ระดับชาติและนานาชาติ	คน	8	55	60	65	70



OKRs

Objective and Key Results



Objective

การกำหนดเป้าประสงค์
ของแต่ละระดับ ตั้งแต่มหาวิทยาลัย/
คณะ/หน่วยงานถึงบุคลากร



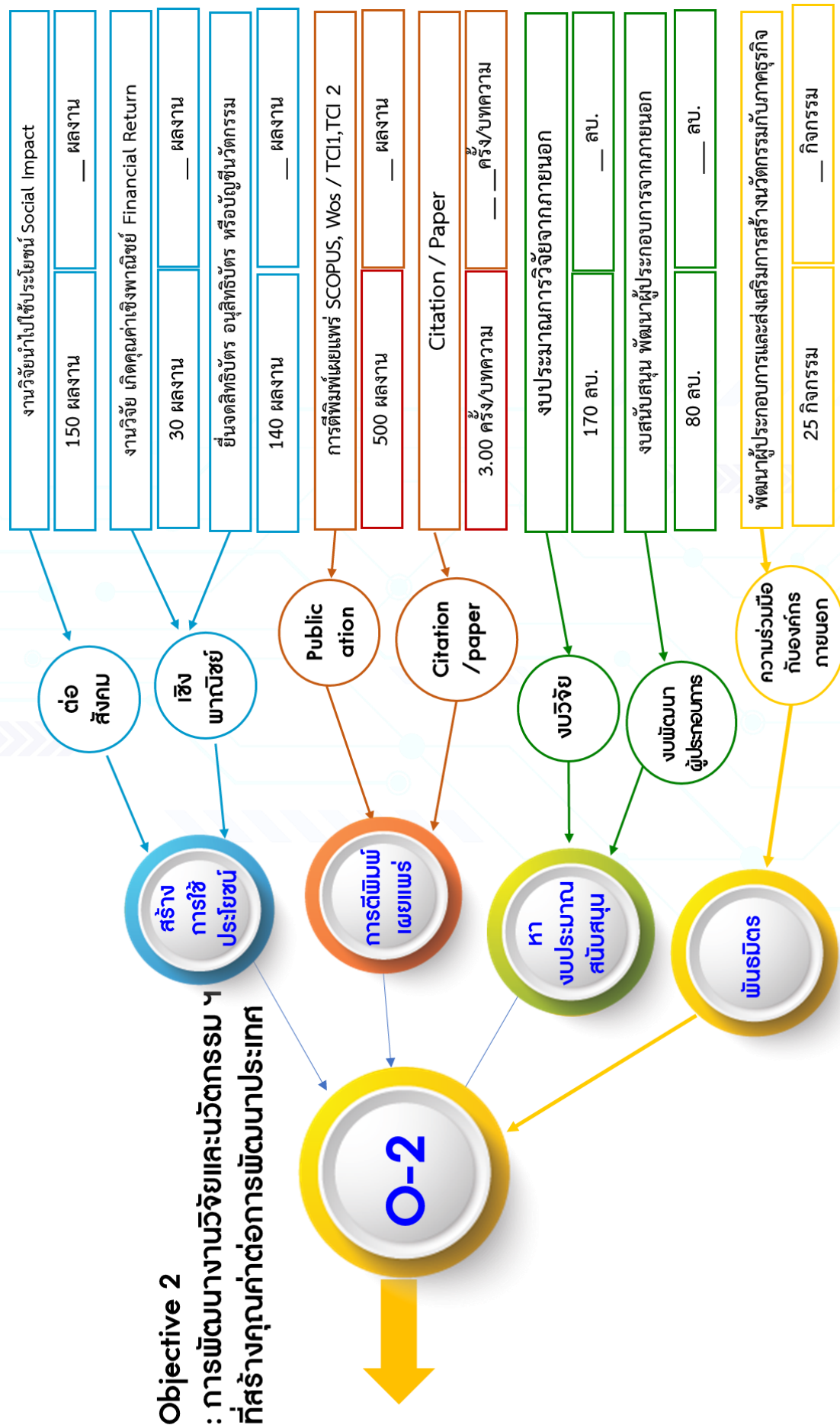
Key Results

กำหนดตัววัดผลที่เป็นวิธีการ
ที่ทำให้มหาวิทยาลัย/คณะ/
หน่วยงานประสบความสำเร็จ



กลยุทธ์ (Strategy)

1. พัฒนาระบบที่ส่งเสริมให้นักเรียนที่เก่ง ดี และมีศักยภาพเข้ามาศึกษาต่อ
2. พัฒนาหลักสูตรและยกระดับหลักสูตรสู่มาตรฐานสากล
3. พัฒนาระบบการเรียนการสอนให้ดีขึ้นและในรูปแบบใหม่ๆ
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





ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2

Research for Innovation: การวิจัยเพื่อสร้างนวัตกรรม

เป้าประสงค์ O1 (Objectives)

O2 : การพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศ

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 2.1 งานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม หรืองานสร้างสรรค์ ถูกนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อเพิ่ม ขีดความสามารถในการ แข่งขัน ตอบโจทย์ท้าทายของ ประเทศ และพัฒนาชุมชนให้ มีความเข้มแข็งและยั่งยืน	จำนวน ผลงาน วิจัย	80	150	170	190	210
2.1.1 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Argo-food Innovation ที่นำไปใช้ ประโยชน์						
2.1.2 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Logistic Innovation ที่นำไปใช้ ประโยชน์						
2.1.3 จำนวนงานวิจัย นวัตกรรม ด้าน Digital Technology & Economy ที่นำไปใช้ประโยชน์						



ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	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 และ เทคโนโลยีพร้อมใช้ ถูกนำไป สร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ ให้กับภาคการผลิตหรือบริการ หรือภาคธุรกิจ	จำนวน ผลงาน วิจัย	39	30	35	40	45
KR 2.3 ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ หรือ งานสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ ในฐานข้อมูลในระดับนานาชาติ SCOPUS, Wos / ระดับชาติ TCI 1 , TCI 2	จำนวน ผลงาน วิจัย	305	500	650	650	650
KR 2.4 ผลงานวิจัยที่อ้างอิง (Citation)	ครั้ง/ บทความ	3.05	3.0	3.10	3.20	3.30



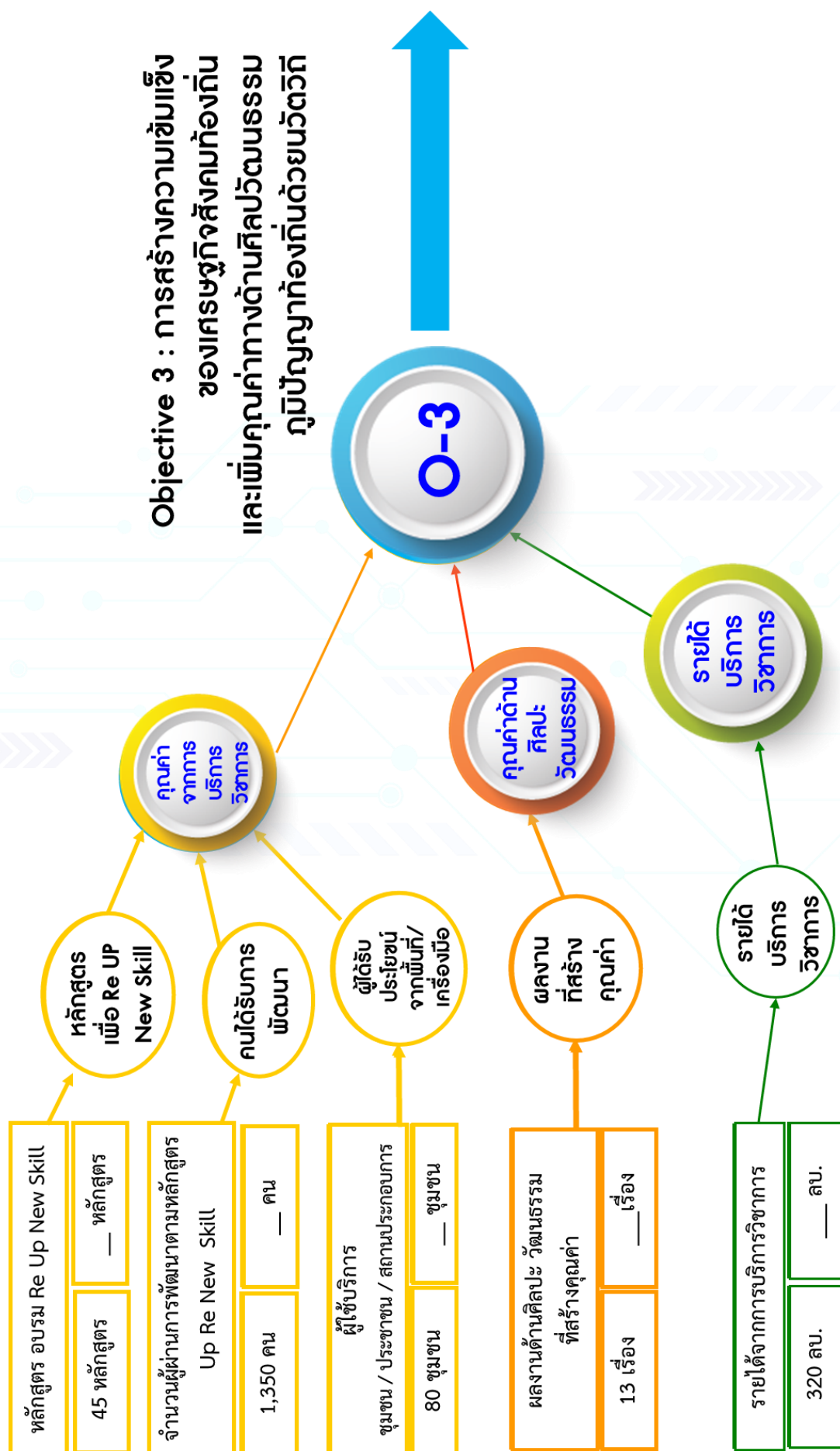
ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 2.5 จำนวนผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม หรืองานสร้างสรรค์ ที่ได้รับเลขที่คำขอหรือเลขที่ สิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร หรือบัญชีนวัตกรรม ที่คณะกรรมการตรวจสอบ คุณสมบัติผลงานนวัตกรรม ที่ขอขึ้นทะเบียนบัญชีนวัตกรรม ไทยอนุมัติ และจัดส่งข้อมูลให้ สำนักงานประมาณแล้ว	จำนวน ผลงาน วิจัย	65	140	150	160	170
KR 2.6 งบประมาณวิจัยจาก หน่วยงานภายนอก (PPP, Industry, Government)	ล้าน บาท	123	170	190	210	230
KR 2.7 งบประมาณจากแหล่ง ทุนภายนอกสนับสนุนการสร้าง ผู้ประกอบการ/ธุรกิจใหม่ (Startup Co-Investment Funding)	ล้าน บาท	80	80	100	120	140
KR 2.8 ความร่วมมือเพื่อ พัฒนาผู้ประกอบการและ ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมกับ ภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม (University – Industry Linkage)	กิจ กรรม	5	25	30	40	50



กลยุทธ์ (Strategy)

1. พัฒนาและยกระดับคุณภาพงานวิจัยในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของประเทศ
2. ส่งเสริมการยกระดับคุณภาพงานวิจัยและยกระดับนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ท้าทายของประเทศด้วย Strategic Partnership กับองค์กรภาครัฐและเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ
3. ส่งเสริมการพัฒนากิจการวิจัยและสร้างนวัตกรรมเชิงพื้นที่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม
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 : การสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจสังคมท้องถิ่น และเพิ่มคุณค่า
ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรม

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 3.1 พัฒนากำลังคน (Re-skill, Up-Skill, New-Skill) ที่ตอบโจทย์ อุตสาหกรรมเป้าหมาย และ EEC						
3.1.1 จำนวนหลักสูตร Re-skill, Up-skill, New-skill ที่พัฒนากำลังคนในอุตสาหกรรม เป้าหมาย และ EEC	หลัก สูตร	68	45	45	45	45
3.1.2 จำนวนคนที่ได้รับการ พัฒนาตามหลักสูตร Re-skill, Up-skill, New-skill หรือมาใช้ บริการ (เรียน, อบรม, ใช้ห้อง lab, ให้คำปรึกษา)	คน	583	1,350	1,500	1,600	1,700
KR 3.2 ชุมชนเป้าหมาย หรือ ชุมชนที่มีความร่วมมือได้รับการ ยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น	ชุมชน	41	80	80	80	80
KR 3.3 รายได้จากการบริการ วิชาการ	ล้าน บาท	164.32	320	350	400	450
KR 3.4 ศิลปวัฒนธรรมที่ได้รับ การสืบสาน สร้างสรรค์ และ พัฒนาให้มีคุณค่า มูลค่า เชิงนวัตกรรมหรือเชิงพาณิชย์	เรื่อง	7	13	14	15	16

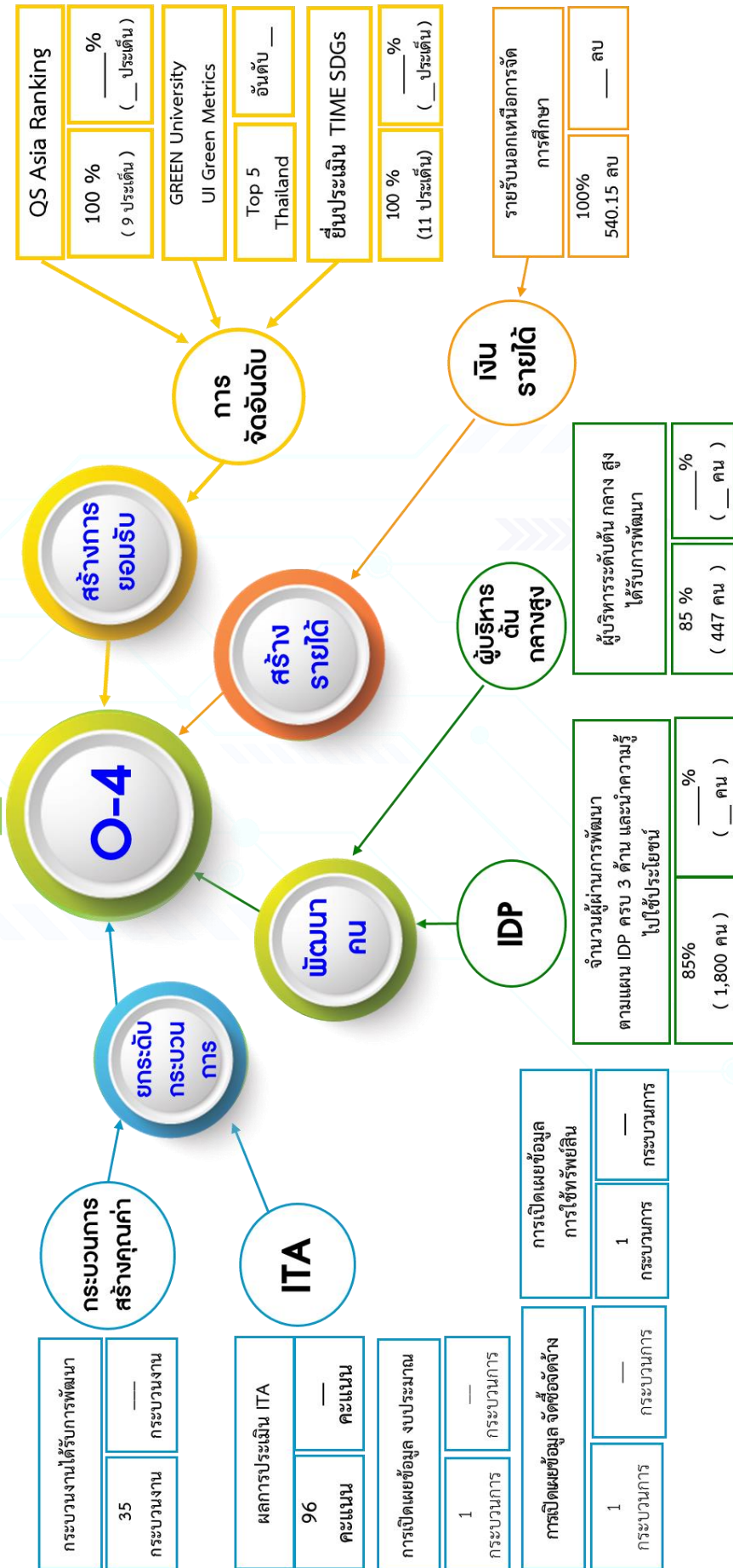


กลยุทธ์ (Strategy)

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



Objective 4 : การใช้นวัตกรรมในการบริหารจัดการองค์กร และการปรับตัวเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลง





ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4

Innovative Management: การบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม

เป้าประสงค์

O4: การใช้นวัตกรรมในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและปรับตัวได้เร็วต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อความยั่งยืน

ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 4.1 กระบวนการที่สร้าง คุณค่า	กระบวนการ งาน	15	35	40	45	50
KR 4.2 ผลการประเมินคุณธรรม และความโปร่งใสในการดำเนิน ของหน่วยงานภาครัฐ (ITA)	ร้อยละ	89.43	96	97	98	99
KR 4.3 บุคลากรได้รับการ พัฒนาสมรรถนะตาม แผนพัฒนารายบุคคล (IDP)	ร้อยละ	25.13	85	90	95	100
KR 4.4 ผู้บริหารระดับต้น ระดับกลาง ระดับสูง ได้รับการพัฒนาทักษะ เชิงบริหารจัดการ อย่างน้อยคนละ 1 ครั้งต่อปี	ร้อยละ	21.18	85	90	95	100
KR 4.5 รายรับนอกเหนือ จากการจัดการศึกษา เป็นไปตามแผน	ร้อยละ	-19.31	100 (540.15 ล้านบาท)	100	100	100



ผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results-KR)	หน่วย นับ	Based Line	ค่าเป้าหมาย			
			2565	2566	2567	2568
KR 4.6 การจัดอันดับ มหาวิทยาลัยในระดับสากล						
KR 4.6.1 การจัดอันดับ สถาบันอุดมศึกษาจาก QS Asia Ranking	ร้อยละ	-	100 (9 ประเด็น)	100 (9 ประเด็น)	100 (9 ประเด็น)	100 (9 ประเด็น)
KR 4.6.2 การจัดอันดับ มหาวิทยาลัยสีเขียว	อันดับ ของ ประเทศ /ระดับ การ ทำงาน	ระดับ 2	1 ใน 5 ของ ประเทศ	1 ใน 5 ของ ประเทศ	1 ใน 5 ของ ประเทศ	1 ใน 5 ของ ประเทศ
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. ส่งเสริมการบริหารจัดการด้วยนวัตกรรมและการทำงาน
เชิงบูรณาการร่วมกัน เพื่อการพัฒนาศักยภาพองค์กร
รองรับการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับอย่างยั่งยืน
(Organization Transformation)
2. ส่งเสริมการบริหารงานอย่างโปร่งใสและเป็นธรรมาภิบาล
3. พัฒนาระบบ Strategic Human Resource Management
4. แสวงหารายได้เพื่อสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเอง
ได้อย่างยั่งยืน
5. ส่งเสริมกระบวนการการพัฒนามหาวิทยาลัยรองรับการประเมิน
ในระดับสากล







ส่วนที่ 4

การติดตามและประเมินผล

การทบทวนนโยบายและ
ยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

การรับฟังความคิดเห็น
จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การเชื่อมโยงจากนโยบายและ
ยุทธศาสตร์สู่การจัดทำโครงการ
และงบประมาณ

การติดตามและประเมินผล

การสื่อสารและถ่ายทอด
นโยบายและยุทธศาสตร์
สู่ประชาคม

การถ่ายทอดเป้าประสงค์
และผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ
ระดับมหาวิทยาลัยสู่ระดับหน่วยงาน



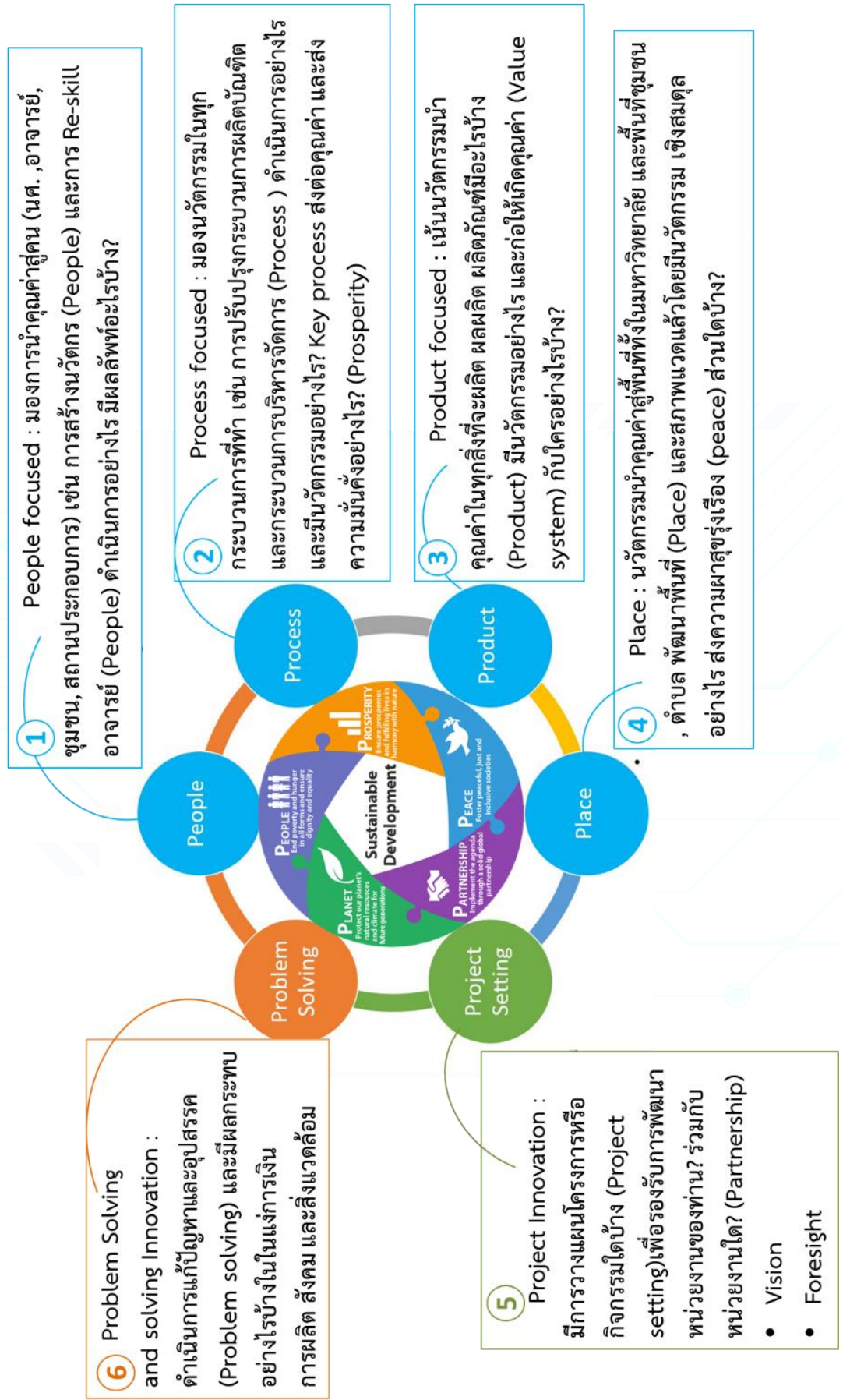
แนวทางการติดตามและประเมินผล

การติดตามความก้าวหน้า และการประเมินผลสำเร็จของการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องโดยพัฒนาผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ (Key Results : KR) ที่สอดคล้องกับเป้าหมายหลักของนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีระบบการติดตามประเมินผลโดยยึดหลักการกระจายอำนาจโดยสนับสนุนให้ใช้กลไกการบริหารงานซึ่งมีคณบดี ผู้อำนวยการ เป็นผู้มีอำนาจและบทบาทอย่างเต็มที่ในการบริหารกลยุทธ์และติดตามประเมินผลและรับผิดชอบติดตามการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่ตนรับผิดชอบโดยกองนโยบายและแผนเป็นผู้วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปในภาพรวมของมหาวิทยาลัย เพื่อทราบผลความก้าวหน้าในการปฏิบัติราชการ รวมทั้งปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นและหาแนวทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคให้งานบรรลุเป้าหมายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีนำเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย ผู้บริหารระดับสูง คณะกรรมการออกแบบจัดทำ และขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย คณะกรรมการตรวจสอบของสภามหาวิทยาลัย และสภามหาวิทยาลัย เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ ให้เข้าสู่เป้าหมายตามระยะเวลาที่กำหนด



การติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการ/กิจกรรม จะประเมินการนำส่งคุณค่า

โดยใช้หลักการในการวิเคราะห์ ผ่าน 6P's Value System Delivery





การประเมินคุณค่าทางเศรษฐกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้นำแนวทางการวิเคราะห์ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจของ ของโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ 1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย (มหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ มาประยุกต์ใช้กับการประเมินคุณค่าทางเศรษฐกิจของ โครงการ/กิจกรรม ภายใต้งบประมาณรายจ่าย และงบประมาณเงินรายได้ของมหาวิทยาลัย อาทิเช่น

การวิเคราะห์ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ อาทิเช่น

1. การพัฒนาสัมมาอาชีพ และการสร้างอาชีพใหม่ (ยกระดับ OTOP/อาชีพอื่น ๆ)

การวิเคราะห์ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจโดยชี้วัดจากรายได้ ที่เพิ่มขึ้นจากเดิมไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 ของกลุ่มเป้าหมายในภาพรวม

ผลิตภัณฑ์ชุมชน

กรณีที่ 1 เพิ่มรายได้

$$\left[\frac{\text{รายได้รวมหลังดำเนินกิจกรรม} - \text{รายได้รวมก่อนดำเนินกิจกรรม}}{\text{รายได้รวมก่อนดำเนินกิจกรรม}} \right] \times 100$$

กรณีที่ 2 การเพิ่มมูลค่าเพิ่มหรือการยกระดับคุณภาพ

คำนวณจาก มูลค่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น X จำนวนที่ผลิต



2. การสร้างและพัฒนา Creative Economy (การยกระดับการท่องเที่ยว)

การท่องเที่ยวของชุมชนอย่างยั่งยืน

รายได้จากการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยว

รายได้เพิ่มขึ้น = จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น (คน) X
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว (บาทต่อคน)

หรือ ค่าใช้จ่ายที่ลดลงเนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่
ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมดีขึ้น

3. การนำองค์ความรู้ไปช่วยบริการชุมชน (Health Care/เทคโนโลยีด้านต่าง ๆ)

กลุ่มเป้าหมายที่มหาวิทยาลัยได้นำเอาเทคโนโลยีเข้าไปช่วยในการ
เพิ่มศักยภาพการเกษตรในพื้นที่ เช่น การลดต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตร
เพิ่มปริมาณผลผลิต เพิ่มคุณภาพผลผลิต

ทั้งนี้ คำนวณจากการใช้เทคโนโลยีก่อให้เกิดต้นทุนที่ลดลงหรือ
ผลิตภาพที่เพิ่มขึ้น (เช่น จำนวนวันที่ลดลง จำนวนแรงงานที่ลดลง แปรเป็นมูลค่า)

4. การส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อม/Circular Economy (การเพิ่มรายได้หมุนเวียนให้แก่ชุมชน)

กลุ่มเป้าหมายที่มหาวิทยาลัยได้เข้าไปช่วยแก้ปัญหาสภาพแวดล้อม
ในชุมชนที่เกี่ยวข้อง เช่น การนำเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรมาแปรรูปเป็น
ผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่ม

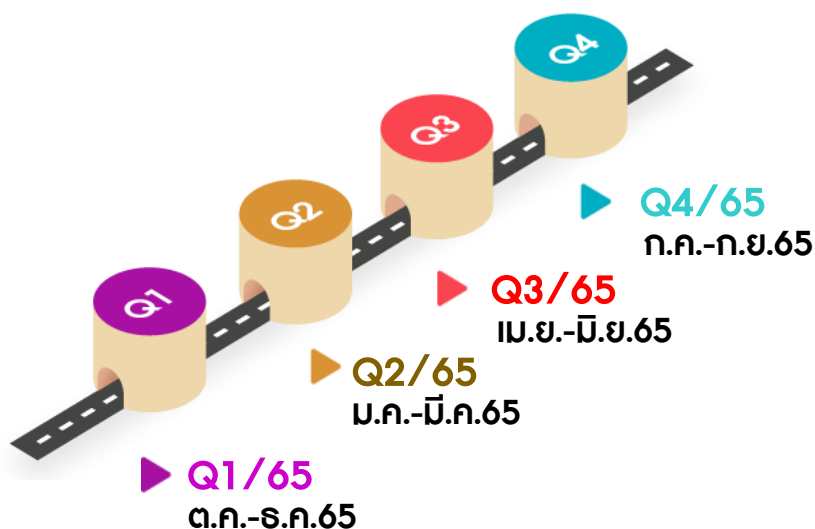
การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารหรือเครื่องดื่มจากเศษวัสดุเหลือทิ้ง
ทางการเกษตร

รายได้ที่เพิ่มขึ้น

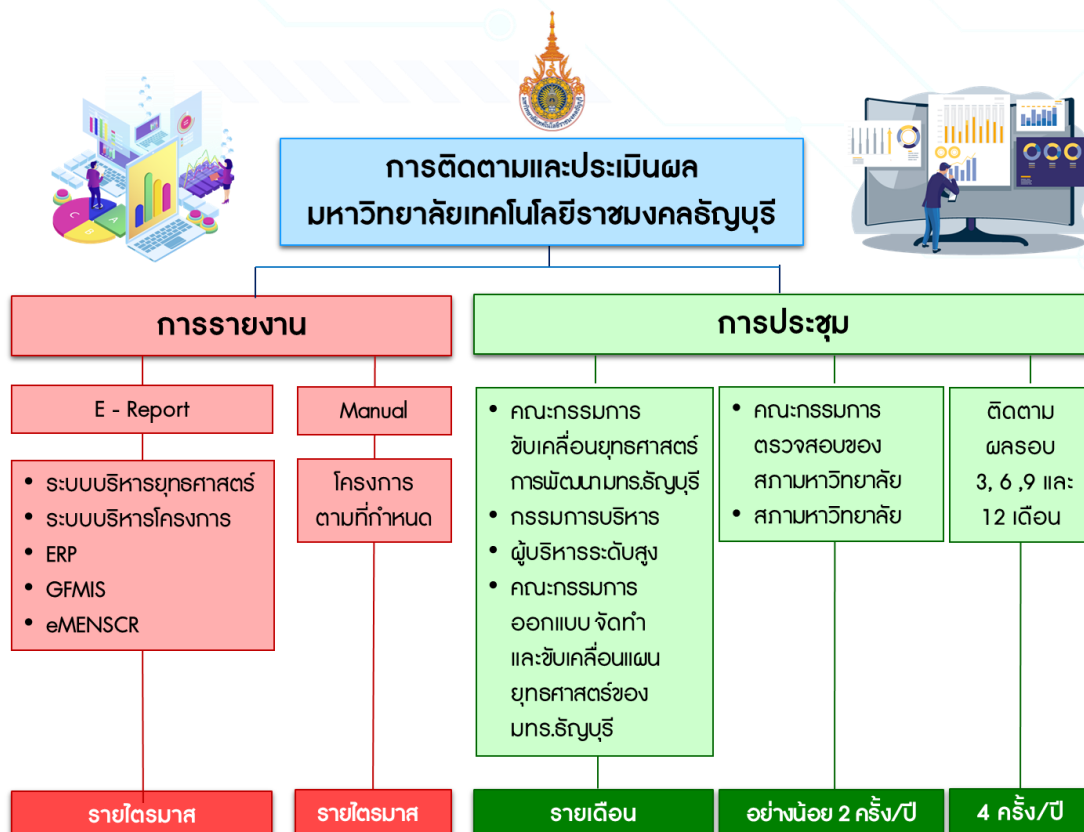
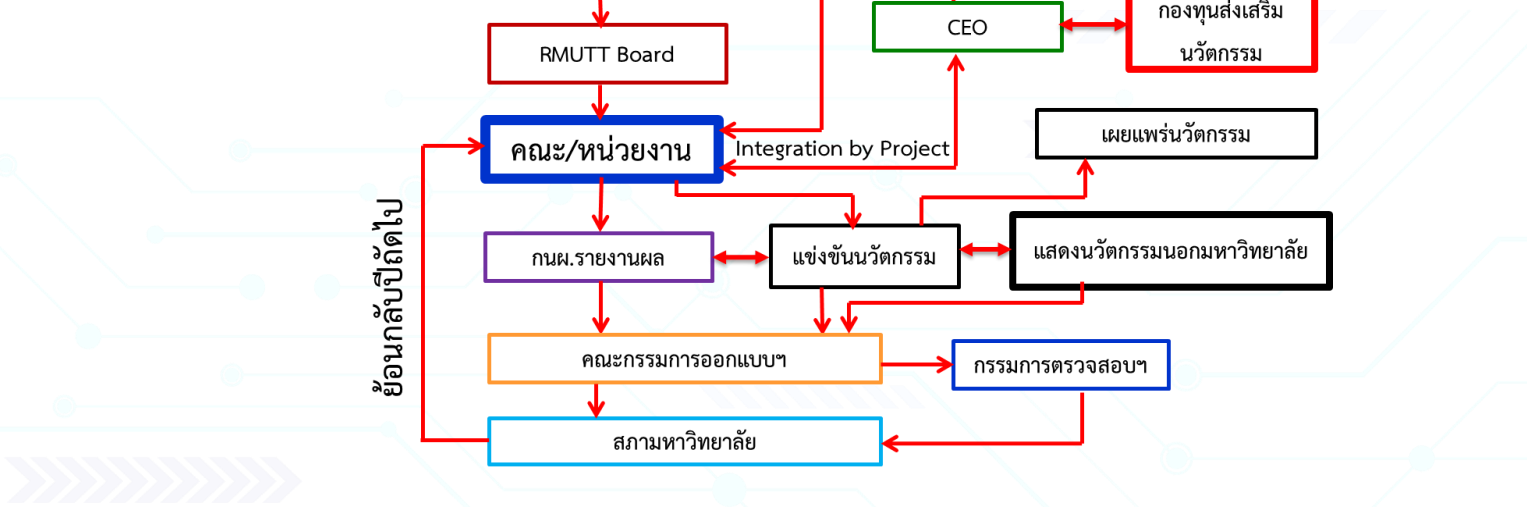
= รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ + ค่าใช้จ่ายในการกำจัด
เศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร - ค่าใช้จ่ายในการผลิต -
ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

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 รวมทั้งเป็นข้อมูลสำหรับการปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และการพัฒนาที่สามารถนำไปใช้กับการดำเนินงานตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ



RMUTT Strategic design & Implement Strategy





คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

รศ.ดร.สมหมาย ผิวสอาด : อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะผู้จัดทำ

ผศ.ดร.สุนนมาลย์ เนียมกลาง : รองอธิการบดี ประธานคณะผู้จัดทำ

นายวิรัช โหตระไวศยะ : รองอธิการบดี

รศ.ดร.สุจิระ ขอจิตต์เมตต์ : รองอธิการบดี

ผศ.อภิชาติ ไก่ฟ้า : รองอธิการบดี

รศ.ดร.กฤษณ์ชนม์ ภูมิภิตติพิชญ์ : รองอธิการบดี

ผศ.พงศ์พิชญ์ ต่วนภูษา : รองอธิการบดี

นายเรืองศักดิ์ ภูธรธราช : รองอธิการบดี

ผศ.ดร.เมธา ศิริกุล : รองอธิการบดี

รศ.ดร.เกียรติศักดิ์ พันธลำเจียก : ผู้ช่วยอธิการบดี

รศ.ดร.สรพงษ์ ภาสุปรีย์ : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.ปณิตา สงวนทรัพย์ : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.ดร.นครินทร์ ปิ่นปฐมรัฐ : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.อิทธิพล โพธิพันธุ์ : ผู้ช่วยอธิการบดี

ผศ.ดร.อำนวยการ เรืองวารี : ผู้ช่วยอธิการบดี

รศ.ดร.บุญยัง ปลั่งกลาง : ผู้ช่วยอธิการบดี



นางสาวนรรัตน์	นิลดับแก้ว	: ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผน
นางสาวชลธิชา	ศิริลักษณ์	: นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการพิเศษ
นางสาวรัชดาภรณ์	แสงศรี	: นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการ
นางสาวศิริินภา	จันทร์จิระ	: นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
นางสาวปัญญนุช	ผลโต	: นักวิเคราะห์นโยบายและแผน
นายจตุพร	เมืองหมื่น	: นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

ออกแบบและจัดทำกราฟิก

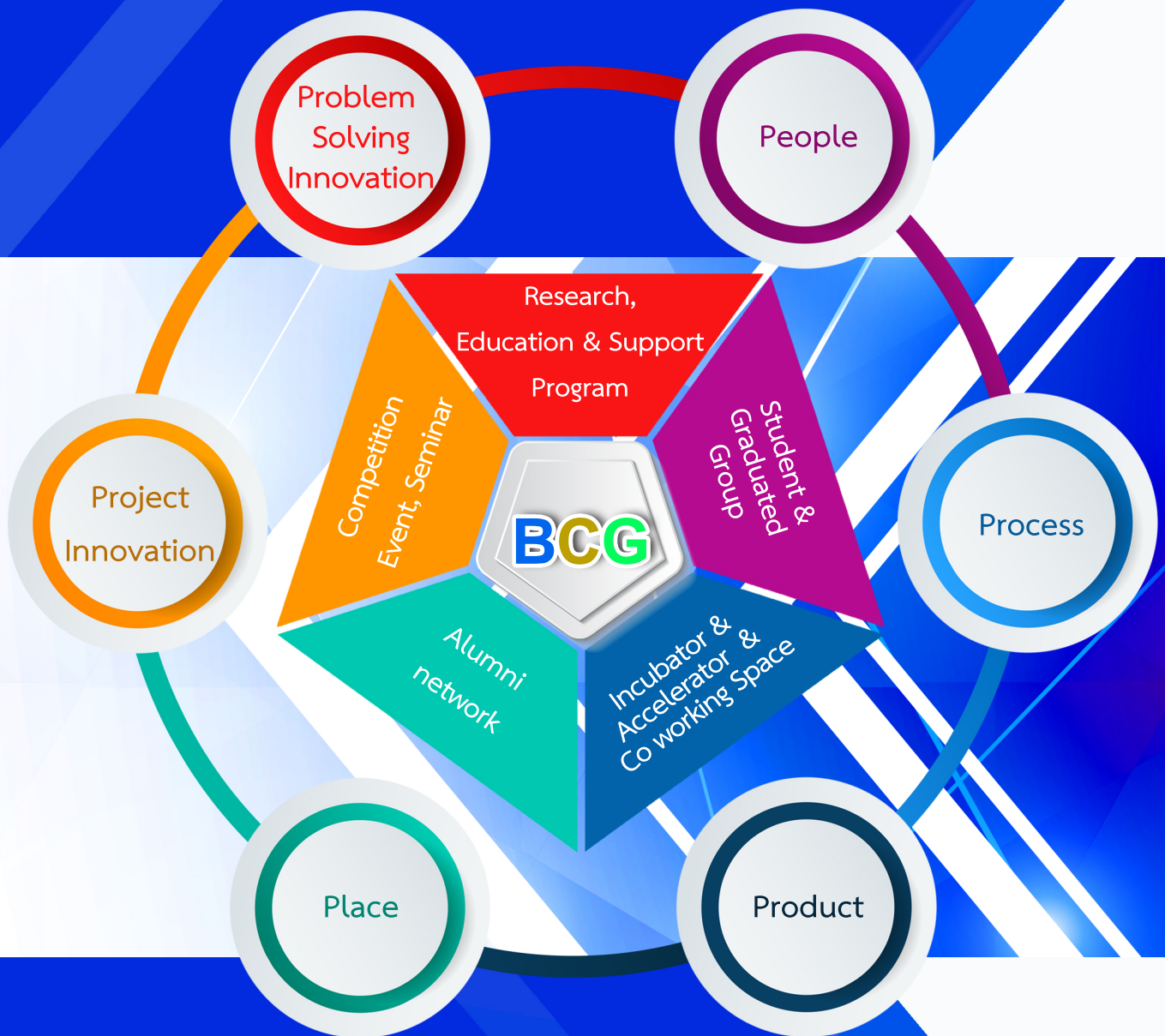
นายอาทิตย์	สุรางคนารักษ์	: เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นายสุภักดิ์	รักษ์แก้ว	: นักวิเคราะห์นโยบายและแผน

พิสูจน์อักษร

นางสาวพุดธิพร	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>