| **ลำดับ**  **ที่** | **เรื่องเชิงนโยบาย**  **เรื่อง/ข้อสังเกต/ข้อเสนอแนะ/มติ** | **ผลการดำเนินงาน ณ ไตรมาส 1 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567**  **(ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2566)** | **(โปรดระบุ)**  **ข้อมูลผลการดำเนินงาน ณ ไตรมาส 2 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567**  **(ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2567)** | **(โปรดระบุ)**  **กรอบเวลาที่จะดำเนินการให้แล้วเสร็จและรายละเอียด Milestone** | **(โปรดระบุ)**  **ระดับวิกฤตที่ มีผลกระทบต่อมหาวิทยาลัย** | | | **(โปรดระบุ)**  **สรุปผลการดำเนินงาน** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ระดับ 1** | **ระดับ 2** | **ระดับ 3** | **1 คะแนน** | **2 คะแนน** | **3 คะแนน** | **4 คะแนน** | **5 คะแนน** |
|  | **การประชุมครั้งที่ 9/2566 วันที่ 28 ตุลาคม 2566** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **13** | **รายงานการพัฒนากลยุทธ์แบรนด์ SUT Branding strategy**  **ข้อสังเกต/ข้อเสนอแนะ**   1. มหาวิทยาลัยควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องจุดเด่นของ มทส. ความคาดหวังและช่องว่างระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักกับ มทส. รวมถึงโอกาสและความท้าทายของ มทส. เพื่อนำไปสู่การพัฒนา SUT Branding strategy ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น อาทิเช่น   (1) ในเรื่องจุดเด่นของ มทส. ควรมีการทำ Competitive Advantage Analysis ระหว่างมหาวิทยาลัยในกลุ่มภูมิภาคเดียวกัน รวมถึงควรมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งหรืออันดับสองของประเทศด้วยว่ามีความแตกต่างจากมหาวิทยาลัยเหล่านั้นอย่างไร และนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเพื่อขับเคลื่อนแบรนด์ของมหาวิทยาลัยให้มีความน่าเชื่อถือ  (2) ในเรื่องความคาดหวังและช่องว่างระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักกับ มทส. ควรมีการวิเคราะห์และทบทวนเพิ่มเติม อาทิเช่น  (2.1) กลุ่มนักศึกษา เนื่องจากปัจจุบันนักศึกษายุคใหม่ มีความคิดและมุมมองที่เปลี่ยนแปลงไปจากยุคก่อน ดังนั้น ควรมีการวิเคราะห์ว่าจุดแข็งของ มทส. ที่มีอยู่ ยังสามารถตอบโจทย์นักศึกษาได้หรือไม่ อย่างไร และควรพิจารณาปรับข้อความที่ระบุว่า “จบ มทส. แล้วได้งานดี” เป็นข้อความที่สามารถทำให้มองเห็นภาพรวมของบัณฑิต มทส. อาทิเช่น การพัฒนานักศึกษาให้เป็นคนดี คนเก่ง เป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการมุ่งเน้นเรื่องเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นจุดเด่นของ มทส. ด้วย  (2.2) กลุ่มภาคธุรกิจ และผู้ประกอบการ ควรมุ่งเน้นในเรื่องการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยไปสู่ในระดับนครชัยบุรินทร์ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับโลก รวมถึงควรมีการประสานความร่วมมือกับกลุ่มศิษย์เก่า  (2.3) กลุ่มอาจารย์ และนักวิจัย ควรปรับข้อความให้เหมาะสมยิ่งขึ้น จากเดิม “สร้างผลกระทบ” เปลี่ยนเป็น “สร้างแรงผลักดัน”   1. มหาวิทยาลัยควรมีการกำหนดความเป็นตัวตนของ SUT Branding ให้ชัดเจน ว่าต้องการแสดงให้สังคมทั้งในระดับประเทศและระดับโลก มองเห็นภาพลักษณ์ของ มทส. เป็นอย่างไร Product หรือ Service ของ มทส. คืออะไร ต้องชัดเจนในเรื่องนี้ ก่อนดำเนินการเรื่อง SUT Branding และมุ่งเน้นในจุดนั้น เพื่อให้บุคคลสามารถเข้าใจได้ทันทีว่าสิ่งนี้ คือ มทส. 2. มหาวิทยาลัยควรมีการถอดบทเรียนว่าสาเหตุใดที่ทำให้ไม่สามารถนำ SUT Branding strategy ที่ดำเนินการมาก่อนหน้านี้มาใช้งานได้เท่าที่ควร โดยนำมาวิเคราะห์ในการดำเนินการทำ SUT Branding strategy ในครั้งนี้ เพื่อให้ใช้งานได้อย่างเป็นรูปธรรม 3. มหาวิทยาลัยควรกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่สามารถแสดงตัวตนของ มทส. ให้ออกสู่สังคมอย่างแพร่หลายและเข้าใจง่าย 4. มหาวิทยาลัยควรมีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาโลโก้ของมหาวิทยาลัยที่ได้ออกแบบขึ้น เพื่อป้องกันไม่ให้มีผู้นำไปใช้ในเชิงลบหรือในทางที่ไม่เหมาะสม และควรจัดทำโลโก้ภาษาไทยด้วย เนื่องจากคำว่า “มทส.” เป็นชื่อที่คนทั่วไปรู้จักและใช้เรียกมหาวิทยาลัย รวมถึงควรมีการเผยแพร่โลโก้มหาวิทยาลัย และตัวอักษรที่ใช้ในโลโก้ให้ประชาคม มทส. และนักศึกษาใช้กันอย่างแพร่หลาย   **มติที่ประชุม**  รับหลักการการพัฒนากลยุทธ์แบรนด์ SUT Branding strategy โดยให้มหาวิทยาลัยพิจารณาทบทวนเพิ่มเติมตามข้อสังเกต/ข้อเสนอแนะให้แล้วเสร็จ และกลับมาเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยอีกครั้ง | 1. มหาวิทยาลัยโดยฝ่ายพันธกิจสัมพันธ์ นวัตกรรม และความเป็นผู้ประกอบการได้ดำเนินการดังนี้ 2. มีการประชุมหารือกับที่ปรึกษาและทบทวนข้อมูลเพื่อเตรียมนำเสนอในที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยอีกครั้งในเดือนมกราคม พ.ศ. 2567   **(ไตรมาส 1 สรุปผลการดำเนินงานได้ 4 คะแนน**)   1. มีการวิเคราะห์และกำหนดแนวทางให้ผู้บริหารใช้ในการวิเคราะห์และดำเนินการต่อไปหลังจากได้นำเสนอต่อสภามหาวิทยาลัยแล้วซึ่งจะได้มีการดำเนินการ Implement แนวทางนี้ต่อไป   **(ไตรมาส 1 สรุปผลการดำเนินงานได้ 3 คะแนน**)   1. มีการนำประเด็นต่าง ๆ มาพิจารณาในกระบวนการออกแบบ Branding ในครั้งนี้แล้ว และจะได้นำประเด็นต่าง ๆ มาใช้เป็นแนวคิดต่อไปในช่วงของการ Implementation   **(ไตรมาส 1 สรุปผลการดำเนินงานได้ 4 คะแนน**)   1. หลังจากการนำเสนอต่อที่ประชุมสภามหาวิทยาลัยแล้ว จะเป็นกระบวนการสื่อสาร ซึ่งจะมีแผนในการทำความเข้าใจต่อแนวคิดการนำคู่มือ Branding มาใช้ของแต่ละหน่วยงาน   **(ไตรมาส 1 สรุปผลการดำเนินงานได้ 3 คะแนน**)   1. มอบหมายให้ฝ่ายบริหารทรัพย์สินทางปัญญาและนวัตกรรมที่เทคโนธานีดำเนินการเพื่อจดลิขสิทธิ์ และ Logo ภาษาไทย มทส. มีใช้อยู่แล้ว อาจจะไม่จำเป็นต้องออกแบบใหม่   **(ไตรมาส 1 สรุปผลการดำเนินงานได้ 4 คะแนน**) | **(รองอธิการบดีฝ่ายพันธกิจสัมพันธ์ นวัตกรรมและความเป็นผู้ประกอบการ โดยหัวหน้าส่วนประชาสัมพันธ์)** | **กรอบเวลาที่จะดำเนินการให้แล้วเสร็จ :**  **รายละเอียด Milestone :** |  |  |  |  |  |  |  |  |