

บทสรุปผู้บริหาร
การสัมมนาคณะกรรมการสภามหาวิทยาลัย
ร่วมกับผู้บริหารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
(KMUTT Retreat) ครั้งที่ 21
วันเสาร์ที่ 15 มิถุนายน 2556

ณ โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ

ดร.ทองฉัตร หงศ์ลดารมภ์ นายกสภามหาวิทยาลัย กล่าวเปิดการประชุมว่าการประชุม Retreat ครั้งนี้เป็นครั้งที่ 21 การประชุมจัดปีละสองครั้งเพื่อแสดงความคิดเห็นปรึกษาหารือในการพัฒนามหาวิทยาลัยต่อไป วันนี้มีเรื่องน่าสนใจและกำลังดำเนินการอยู่ ขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลามาร่วมประชุม

ที่มาและวัตถุประสงค์ของโครงการ KMUTT Brand Strategy Project

โดย รศ.ดร.ศักรินทร์ ภูมิรัตน อธิการบดี

- 1 รศ.ดร.ศักรินทร์ ภูมิรัตน อธิการบดี แจ้งว่าเรื่องที่ต้องการการระดมสมองเพื่อดำเนินงานไปข้างหน้าในกลไกพัฒนามหาวิทยาลัย เรื่องแรกที่ทำมาต่อเนื่อง คือ การทำแบรนด์ ได้พยายามใช้โลโก้ผูกกับแบรนด์ ไม่ใช่เรื่องง่าย จะใช้สิ่งที่เกิดขึ้นแล้วจากผู้ที่ทำมาในอดีตได้สร้างชื่อเสียง ทำงานหนักต่อเนื่อง สร้างคุณค่าเพิ่ม มีความหมายมากขึ้น เป็นกลไกพัฒนา มจร. สร้างชื่อเสียงให้ชัดเจนมากขึ้น น่าจะลองหาวิธีและโอกาส แต่ทำไม่ค่อยเป็น ต้องหาทีมงานมืออาชีพช่วยพัฒนา ดร.ศิริกุล เลากัยกุล เป็นผู้นำด้าน Brand-building ซึ่ง มจร. ได้เจรจาแล้วสองถึงสามครั้ง ทำมาประมาณห้าเดือนเพื่อช่วย มจร. แนะนำวางแผนเกี่ยวกับแบรนด์ จึงขอนำมาแบ่งปันในการประชุม Retreat

**การจัดทำกลยุทธ์องค์กรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีภายใต้แนวคิดการสร้างแบรนด์ –
Discovering KMUTT's Strategy through Branding**

โดย ดร.ศิริกุล เลากัยกุล The Brandbeing Consultant Co., Ltd.

- 2 การทำ Branding เป็นกระบวนการที่ใช้เวลานาน ต้องใช้เงินในการทำโฆษณา ก่อนสื่อสารต้องรู้จักตัวเองให้ถ่องแท้ ประเมินต้นทุนอย่างมีเหตุผล ถ่ายทอดเป็นระบบได้ และยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง
- 3 บริษัทและหน่วยงานต่างๆ ได้สร้างแบรนด์ระดับประเทศ ทั้ง SCG ปตท. สวทช. และ สสส. ที่อาจจะสื่อสารโฆษณามากไป ลืมว่าเป็นมูลนิธิ เป็นแหล่งทุนด้านสาธารณสุขและดูแลสุขภาพ สำหรับมหาวิทยาลัย มักคิดว่าคณะสำคัญกว่า ทำให้ภาพรวมของมหาวิทยาลัยกระจัดกระจาย
- 4 การสร้างแบรนด์เหมือนกับการสร้างนามสกุล การทำแบรนด์ไม่ใช่เฉพาะองค์กร เป็นเรื่องของความเชื่อถือ (Trust) แบรนด์เกิดขึ้นตั้งแต่ยุคเกษตรกรรม (Agriculture Age) ผลผลิตการเกษตรมีมูลค่าสูงสุด มีการแลกเปลี่ยนผลผลิตกัน เกษตรกรต้องการแสดงความเป็นเจ้าของโดยการสร้างโลโก้ประทับตราบนตัวสัตว์ สิ่งของ ต่อมาเป็นยุคอุตสาหกรรม (Industrial Age) ใช้เครื่องจักรในการผลิตแทนการทำด้วยมือ เป็นการพัฒนาทำให้ผลิตได้มากขึ้นดีขึ้นเร็วขึ้น และต้องมีโลโก้เป็นแบรนด์บอกมาตรฐานการผลิต มาถึงยุคข่าวสารข้อมูล (Information

Age) เรียนหนังสือมีความรู้ เกิดความสามารถคิดประดิษฐ์สิ่งของ เอาไปใช้ทำมาหากินได้ ต้องคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย สร้างแบรนด์จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแสดงความเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาที่จับต้องไม่ได้แต่มีมูลค่า ช่วยสร้างความมั่งคั่ง เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Conceptual Economy) ผู้ละเมิดมีความผิดสำหรับยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ แแบรนด์คือการสร้างชื่อเสียง

- 5 การสร้างแบรนด์ต้องเป็นเรื่องที่ดูดีและเป็นจริง ทำให้ต้องมี Corporate Social Responsibility - CSR และ Corporate Governance - CG ไม่ใช่การสร้างภาพ ที่ทำให้นิยมชมชอบรวดเร็วเหมือนการจุดพลุในอดีต การทำแบรนด์เพื่อสร้างชื่อเสียงเป็นเรื่องระยะยาว ในอดีตเน้นการเป็นองค์กรเติบโตยิ่งใหญ่ ปัจจุบันเน้นความพอเพียงต่อยอดให้ยั่งยืน องค์กรจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงของสังคม การสอน วิจัย ให้บริการวิชาการไม่เพียงพอ มหาวิทยาลัยต้องขับเคลื่อนด้วยค่านิยมร่วมกันในการแบ่งปันให้สังคมและการแข่งขันสูงโดยตรงและโดยอ้อม คู่แข่งไม่ใช่มหาวิทยาลัยด้วยกันแต่เป็นองค์กรธุรกิจใหญ่ที่จัดให้มีการศึกษาเป็นการศึกษาทางเลือก เป็นหลักสูตรมีอาชีพที่เรียนจบแล้วทำงานได้เลย
- 6 คนต้นแบบต้องมีค่าสร้างคุณค่าให้กับโลก ไม่ใช่สร้างความสำเร็จให้ตัวเอง (World of Paradox โดย Harvard University) มหาวิทยาลัยจึงต้องสร้างคนที่ดีของประเทศ มีความพอดีความสมดุล ประกอบกับแนวโน้มการศึกษาของโลกที่เปลี่ยนแปลง มีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิต นักศึกษาเดินทางเปลี่ยนที่เรียนได้ง่ายขึ้น การศึกษาเป็นธุรกิจระดับโลก เป็นตลาดโลก ไม่ได้เป็นเรื่องท้องถิ่น ทุกที่สอนโดยใช้ภาษาอังกฤษ มาตรฐานระดับโลกเหมือนกัน นักศึกษาเป็นศูนย์กลาง สิ่งที่ยากเรียนอาจสำคัญกว่าสิ่งที่ยากสอน ฐานะนักศึกษาเป็นลูกค้ามารับบริการการศึกษา ความคาดหวังการเรียกร้องของนักศึกษามากขึ้น สนใจเข้าเรียนในที่ที่แจกกอมพิวเตอร์ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นเรื่องสำคัญ หลักสูตรและวิธีการยืดหยุ่น ระยะเวลาสั้นลง การศึกษาต้องสร้างเครือข่ายข้ามประเทศเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และความร่วมมือ การศึกษาระดับโลกมีในทวีปเอเชีย ดังเช่นประเทศจีน ญี่ปุ่น และสิงคโปร์มีมหาวิทยาลัยระดับโลกแล้ว นักศึกษาต่างชาติจะเรียนแพงกว่านักศึกษาในประเทศ
- 7 การมีทางเลือกมากทำให้เกิดความสับสน ดังเช่นการสั่งกาแฟ 1 ถ้วย มีตัวเลือกกาแฟหลากหลายประเภท การเลือกปริมาณนม น้ำตาล ขนาดของแก้ว รวมแล้วกว่าหกพันตัวเลือกสามารถทำตามที่ผู้บริโภคปรารถนา หรือมีแฮมพูดูแลหนังศีรษะไม่ใช่แค่เส้นผม ลิปสติกสีแดงสีแดงมีกว่าสามสิบเฉดสี สินค้าเหล่านี้จึงต้องมีเจ้าหน้าที่ประจำบูธช่วยผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า
- 8 ตัวอย่างของธุรกิจกับการสร้างแบรนด์ เช่น ร้านกาแฟ Starbucks ได้ปรับแบรนด์เป็น “ที่ที่สามในชีวิต” (Third Place) เป็นการบริหารจัดการจากทุกประสบการณ์ ไม่ผูกติดกับตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นกาแฟอย่างเดียว โดยตอบโจทย์ลูกค้าที่สามารถสัมผัสได้ มีร้านหาง่าย มีที่นั่ง กาแฟกินได้ เช่นเดียวกับ McDonald มีการผลิตแฮมเบอร์เกอร์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก สำนักงานใหญ่เป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการ กำหนดรูปแบบทุกอย่างในการทำร้าน ร้านที่เป็นสาขาเพียงแต่ให้คำแนะนำ ในส่วนของโปรโมชั่นของสาขาทั่วโลกสามารถสั่งทำจำนวนมากได้ในราคาถูก ก่อนเปิดสาขาต้องเข้า Hamburger University เรียนรู้วิธีทำเบอร์เกอร์ วิธีการถูพื้น ฯลฯ สำหรับแบรนด์ ปตท. ไม่ได้เน้นการสร้างสถานีน้ำมันทันสมัย อาจทำสถานีน้ำมันที่ทันสมัยไม่กี่แห่ง ส่วนใหญ่เน้นให้มีน้ำมันใช้เพียงพอ มีสถานีน้ำมันจำนวนมาก และ SCG เดิมมีค่านิยมคือ “Fair” ต่อมาเปลี่ยนเป็น “Transparency” ให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น ทำให้คนรุ่นใหม่อยากเข้ามาร่วมงานด้วย

- 9 เดิม ธุรกิจแข่งขันกันในเรื่องที่จับต้องได้ เช่น เรื่องที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง สิ่งของ เงินทุน จำนวนสาขา ขนาดตึก แต่ปัจจุบันแข่งขันด้วยความสามารถ (Core Competency) เป็นความรู้ เป็นทรัพย์สินทางปัญญา ที่ต้องจ่ายค่าใช้สิทธิ (License) ความสัมพันธ์ (Network) มีเครือข่าย และจากชื่อเสียงของแบรนด์ ซึ่งปัจจุบันเป็นยุคของการมีเครือข่าย สร้างแบรนด์ร่วมกัน แบรนด์จะไปด้วยกันอย่างรวดเร็ว เช่น การจัดหลักสูตรร่วมกับเครือข่าย และ การทำธุรกรรมผ่าน ATM ได้ทุกที่ทุกธนาคาร
- 10 กระบวนการการทำแบรนด์ (Brandbeing Process) เป็นรูปแบบการทำแบรนด์ (Brand Model) เพื่อหาตัวตน (Heart & Soul) ในการขับเคลื่อนองค์กร ต้องมีกฎระเบียบ เปลี่ยนแปลงไปด้วยกัน (Brand Engagement) ที่เป็นเอกลักษณ์ ทำอย่างต่อเนื่องและจริงจัง เพื่อสร้างอัตลักษณ์องค์กร (Brand Identity) โดยเริ่มจากการศึกษา Vision และ Mission ขององค์กร และทบทวนสิ่งที่อยากเป็นร่วมกัน (Passion, Head & Heart) แล้วหาจุดยืนที่ไม่เปลี่ยน (Brand Positioning) เป็นชื่อเสียงขององค์กร เป็นกรอบการตัดสินใจ แต่บทบาทหน้าที่เปลี่ยนได้ตลอด ขึ้นอยู่กับความสามารถและคุณสมบัติของคนในองค์กร การสร้างกรอบความเป็นเรา คืออะไร จะทำอย่างไรให้เป็นวัฒนธรรมขององค์กร (Brand Attribute) ฝ่ายบุคคลต้องทำศาสตร์ในการสร้างคน เป็นเรื่องยากที่สุด
- 11 เมื่อเตรียมความพร้อมแล้ว เริ่มโฆษณาองค์กร สร้างความตระหนัก (Brand Awareness) เป็นสิ่งที่ทำง่ายที่สุด แต่ลงทุนสูง ต้องใช้เงิน การที่บุคคลเพียงแค่ว่ารู้จักแบรนด์ ไม่ได้หมายถึงชอบหรือจะใช้ อาจไม่ได้ยอมรับ ต้องลุกขึ้นมาทำ เพื่อให้คนชอบมากกว่า (Brand Preference) ซึ่งการทำ CSR จะทำให้เห็นความรับผิดชอบต่อสังคมได้ดีที่สุด สามารถรู้สึกกับองค์กรได้ดีเป็นคุณค่าที่มอบแก่สังคม เป็นการสร้างความซื่อสัตย์และยอมรับในแบรนด์ (Brand Building) นักศึกษาเก่าเป็นเครื่องมือสำคัญเพราะปัจจุบันเป็นระบบเครือข่ายและสังคมเครือข่าย (Customer Relationship Management - CRM) ที่จะช่วยเผยแพร่ขยายต่อ สุดท้ายต้องมีการบริหารจัดการเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ (Brand Extension) ทำระบบให้รู้ว่าเป็นงานของเรา (Brand Architecture) ซึ่งการทำงานต้องมีการวัดผลตลอด ถ้าแบรนด์เข้มแข็ง จะดึงดูดได้คนที่เหมือนกัน คิดเหมือนกันเข้ามาในองค์กร และคัดคนที่ไม่ใช่ออกไปเองโดยอัตโนมัติ
- 12 มจธ. ต้องหาตัวตน (Identity) อยู่ตำแหน่งใดของตลาด (Market position) ต้องชัดเจน ทำให้จดจำ ถ้าไม่ออกจะยาก ต้องดูนโยบายประเทศก่อนทำแบรนด์ ต้องหาจุดแตกต่าง กำหนดเป็นทิศทางขององค์กร หาคุณค่าของตัวเองเป็นเหตุผลของคำว่า Branding
- 13 ถ้าเห็นว่าชื่อเสียงเป็นเรื่องสำคัญและสามารถช่วยจัดระบบ จะต้องทำแบรนด์ ถ้า มจธ. อยากมีชื่อเสียงด้านนวัตกรรม ฝ่ายวิจัยต้องใหญ่ และหน่วยงานทรัพยากรบุคคลต้องช่วยสร้างคนให้สอดคล้องกับสิ่งที่จะเป็น โดยตั้งกลุ่มผู้บริหารหรือคณะกรรมการกำหนดทิศทางและจัดลำดับในการบริหารจัดการ แบ่งเป็นหน่วยงานหรือช่วงเวลา เพื่อการสร้างชื่อเสียงยั่งยืน คนในองค์กรต้องพร้อม ให้ใช้แบรนด์เป็นจุดศูนย์กลางในการบริหารจัดการ ไม่ใช่การโฆษณา แต่ต้องจัดระบบตัวเอง หากจิตวิญญาณตัวตนร่วมกัน ทำให้เกิดภาพเดียวกัน เชื่อถือได้ เป็นสิ่งที่ทำอยู่ เป็นความจริง โดยการกำหนดแบรนด์ (Brand Concept) ที่เกิดจากความสามารถและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากที่อื่น จะทำให้สื่อสารได้รวดเร็วชัดเจน ยกตัวอย่างการมี Residential College ที่สร้างความเชื่อมั่นด้านการสร้างความใกล้ชิดกับนักศึกษา หรือการกำหนดนโยบายด้านวัฒนธรรมชุมชนสังคม คือ การทำ CSR ประกอบกับการที่ มจธ. มีอธิการบดีทำงานใกล้ชิด และยังทำงานร่วมกันอยู่จนถึงปัจจุบัน เหล่านี้จะทำให้แบรนด์ มจธ. ได้ผล

- 14 นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ โดยพิจารณาจากผู้เกี่ยวข้อง (Stake Holder) ต้องการอะไรจากเรา และแนวโน้มภายนอก (ความต้องการของตลาด แนวโน้มของโลก) เพื่อหาสมดุล ถ้าเราอยากเป็นในสิ่งที่ใกล้เคียงมาก การทำแบรนด์จะยากลำบาก ต้องสังเคราะห์ประเมินตัวตน แล้วนำเสนอผู้บริหาร ผู้บริหารจะรู้ว่าใช่หรือไม่ เป็นเรื่องของความรู้สึกว่าเป็นตัวเรา (Gut Feeling) ซึ่งแบรนด์สามารถช่วยสร้างสมดุลให้ทำในสิ่งที่ทำได้ ไม่ใช่สามารถทำได้ทุกอย่าง เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กร

ประเด็นความคิดเห็นจากที่ประชุม

- 15 เนื่องจากมหาวิทยาลัยเป็นที่ที่ทุกคนคิดได้อย่างเสรี ทำในสิ่งที่ควรทำและอยากทำอย่างมีอิสระ แต่ต้องมีส่วนร่วมที่เหมือนกันโดยมีส่วนต่างกันได้ คณะสอนแตกต่างกันแต่ต้องมีบางอย่างที่เป็นร่วมกัน สร้างภาพรวม เน้นเรื่องคุณภาพ ผลิตนักศึกษา สร้างนักวิจัยและงานวิจัยที่มีคุณภาพ เป็นไปตามพันธกิจของ มจร. แล้วสานต่อด้วย Branding จะช่วยให้วิสัยทัศน์พันธกิจเป็นจริง ทำให้อัตลักษณ์ชัดเจนมากขึ้น หาความแตกต่างได้ ความยากคือความหลากหลาย ต้องหาจุดยืน แต่ที่ยากกว่าคือการทำ Brand Engagement ให้ Brand เป็นที่ยอมรับ
- 16 ความแตกต่างระหว่างสามพระจอมเกล้า คือ สาขาวิชาที่มีความชำนาญ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังเก่งเรื่องโทรคมนาคมและวิศวกรรมอุตสาหกรรม ส่วนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือมีชื่อเสียงด้านโลหะวิทยาและการลงผลงานได้ดี สาขาที่เหลือ ได้แก่ โยธา เครื่องกล เคมี พลังงาน มจร. ใช้สร้างแบรนด์สร้างชื่อเสียงได้ เป็นความเด่นชัดในสาขาที่ถนัดและแตกต่าง แล้วเพิ่มคุณภาพให้มากขึ้น
- 17 สถาบันอุดมศึกษาในต่างประเทศสนใจความเป็นเลิศทางวิชาการ แต่มหาวิทยาลัยในประเทศไทยมีการเรียกร้องจากสังคมค่อนข้างมาก ศ.ดร.สิปปนนท์ เกตุทัต กล่าวว่าโดยตลอดว่ามหาวิทยาลัยต้องตอบสนองเดือนสติชี้นะสังคม Brand Engagement จะช่วยได้มาก โดยเน้นการผลิตบัณฑิตพัฒนาสังคม (Social Value) เป็นผลผลิต (Output) ตรงของ มจร. การที่มหาวิทยาลัยต้องการดึงดูดผู้มีความสามารถหลากหลายมาทำงานด้วยกันมากๆ จะเลือกใช้ประโยชน์ได้อย่างไร เป็นสิ่งท้าทายมาก และในยามที่ประเทศไม่มีนโยบายประเทศและการศึกษา มจร. ควรจะเป็นผู้นำทางความคิดของสังคม อธิการบดีและสภามหาวิทยาลัยจะเป็นผู้ใหญ่ของประเทศในยามวิกฤต เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับที่อื่น
- 18 สังคมในยุคนี้เปลี่ยนไปแล้ว เป็นยุคการแบ่งปันความรู้ ทำดีต้องมาเล่าสู่กันฟัง มีวิธีการถ่ายทอด ไม่เก็บไว้เอง ต้องถ่ายทอดตัวตนสื่อสารด้วยวิธีการโดยไม่เป็นการโอ้อวด มหาวิทยาลัยสร้างบัณฑิตที่ดีและเก่ง ยุคนี้ไม่ใช่แค่สอนอย่างเดียว นอกจากนี้ แบรนด์เป็นเรื่องของอุดมการณ์ จะคิดแค่ช่วงระยะเวลาเดียวไม่ได้ ความเป็นมหาวิทยาลัยเก่าแก่เกินอายุคน อยากให้เห็นความสำคัญของประวัติศาสตร์ สามารถเป็นตัวอย่างที่ดี (Role Model) ให้กับคนรุ่นหลัง อุดมการณ์เป็นเรื่องของความยั่งยืน ต้องไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเปลี่ยนผู้นำ และหน้าที่ของมหาวิทยาลัยก็ไม่เคยเปลี่ยน จากพระราชดำรัสสมเด็จพระบรมราชชนก มหาวิทยาลัยเป็นที่รักษาเลี้ยงดูคนดีคนเก่งสร้างองค์ความรู้ ถ่ายทอดให้กับลูกบุตร เป็นอุดมการณ์เป้าหมาย ถ้าคณาจารย์เก่งสร้างลูกศิษย์ที่ดีทำงานเป็นที่ประจักษ์ถือว่าเป็นแบรนด์ของมหาวิทยาลัย ลูกค้ำของมหาวิทยาลัยจึงหมายถึงผู้ที่ใช้นักศึกษาของเรา
- 19 การทำ Branding ขอให้นำเสนอถึงผลกระทบต่อ มจร. ทุกฝ่าย ชี้แจงให้เข้าใจและทำให้เห็นภาพชัดเจน ทำให้ทุกคนเห็นด้วย ขอให้ได้ภาพ มจร. ที่ทั้งคนในและคนนอกมองตรงกัน (Brand Engagement) หากดำเนินการ

แล้วเสร็จ ให้นำเสนอสภามหาวิทยาลัยทราบ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการหาทรัพยากรและทุนเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยต่อไป

แนวคิดการสร้าง KMUTT Learning Square (KLS)

โดย ผศ. ดร. ทิพวรรณ ปิ่นวนิชย์กุล รองอธิการบดีฝ่ายการเงินและทรัพย์สิน

อาจารย์พรเทพ ฉัตรภิญญาคุปต์ ผู้อำนวยการศูนย์บริการทางการศึกษาในเมือง และ

คุณอุษารัตน์ บุนนาค ผู้อำนวยการฝ่ายอาวุโส ฝ่ายการตลาด อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย

- 20 ผศ. ดร. ทิพวรรณ ปิ่นวนิชย์กุล กล่าวว่า KMUTT Learning Square (KLS) คือ City Center ของ มจร. แห่งใหม่ เริ่มโครงการเมื่อปี 2007 ใกล้สถานีรถไฟฟ้าวงเวียนใหญ่ ยังอยู่ระหว่างการก่อสร้าง เป็นอาคาร 20 ชั้น ปัจจุบันก่อสร้างถึงชั้นที่ 14 มูลค่า 600 ล้านบาทรวมที่ดิน คาดว่าจะแล้วเสร็จเดือนสิงหาคม 2557 โดยพัฒนาให้มีการใช้ประโยชน์สูงสุด และได้ไปพบผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ อาจารย์พรเทพ ฉัตรภิญญาคุปต์ อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มจร. เป็นผู้ออกแบบ และได้เชิญคุณอุษารัตน์ บุนนาค ผู้อำนวยการฝ่ายอาวุโส ฝ่ายการตลาด อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ซึ่งมีประสบการณ์การใช้งานอาคารแบบสวนอุตสาหกรรมมาให้ความช่วยเหลือแนะนำ
- 21 อาจารย์พรเทพ ฉัตรภิญญาคุปต์ ได้นำเสนอภาพจำลองของตัวอาคาร ประกอบด้วย 19 ชั้น มีชั้นใต้ดินอีก 1 ชั้น พื้นทั้งหมด 30,000 ตารางเมตร เป็นพื้นที่ใช้งานจริง 24,000 ตารางเมตร ทำเลเดินทางสะดวก ติดแนวรถไฟฟ้า มีคอนโดมิเนียม 14 แห่งรอบๆ ครอบคลุมการเดินทางรัศมี 10 กิโลเมตรไปถึงจตุจักร เอกมัย วงแหวนอุตสาหกรรม และฝั่งธนบุรี คาดว่าจะแล้วเสร็จเดือนกุมภาพันธ์ และพร้อมใช้งานในเดือนสิงหาคม 2557
- 22 ขณะนี้อยู่ระหว่างการจัดวางพื้นที่ ชั้นแรกจะประกอบการเชิงพาณิชย์ มีที่จอดรถ โรงอาหาร ชั้นต่อมาดำเนินการเหมือนโรงแรม รับจัดงานประชุม จัดหลักสูตรระยะสั้น สำหรับชั้น 11-18 เป็น Learning Space และห้องทำงาน ชั้น 19 สำหรับผู้บริหาร มีห้องพักอาจารย์ ห้องประชุมของมหาวิทยาลัย คัดฟ้ามี่ที่ออกกำลังกาย อาคารมีลิฟท์ห้าตัว ควรมีการใช้งาน 23 ชั่วโมง และทำความสะอาด 1 ชั่วโมง
- 23 อาคาร KLS ได้ออกแบบเป็นสถานที่เชื่อมความรู้และช่วยในเรื่องนวัตกรรม ไม่ใช่สำนักงาน ไม่ใช่โรงเรียนกวดวิชา ไม่ใช่การให้เข้าพื้นที่ แต่เป็นศูนย์การเรียนรู้ การจัดอบรมหลักสูตรระยะสั้น และให้ความรู้ช่วยสร้างคนให้กับภาคอุตสาหกรรม โดยได้เจรจากับเบทาโกร มิตรผล สวทช. ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) – TMB Bank สมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย (Thailand Management Association - TMA) ฯลฯ โดยเชื่อว่าภาคเอกชนต้องการด้านการศึกษามากขึ้น อาจจะเริ่มจากธุรกิจอาหารก่อนที่ต้องการพื้นที่เพื่อเชื่อมโยงกับผู้อื่นเพื่อให้ได้ความรู้และพัฒนาในด้านต่างๆ เมื่อมีข้อมูลอนาคตก็จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านอาหารรอไว้ได้ อาคารดังกล่าวจึงเน้นกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยและประเทศ เป็นประตูหน้าต่างของมหาวิทยาลัยสู่สังคมภายนอก เป็นแกนนำที่มีเครือข่ายด้านความรู้ให้ผู้ประกอบการ และยังสามารถให้คณะต่างๆ ใน มจร. ทราบ เพราะพื้นที่การเรียนการสอนไม่มากและไม่ได้ใช้ตลอดเวลา
- 24 คุณอุษารัตน์ บุนนาค ได้แนะนำด้านการตลาดเทคโนโลยีและกิจกรรมนวัตกรรมสำหรับอาคารนี้ ต้องการให้เกิดความรู้ มีการถ่ายทอด แบ่งปัน ก่อให้เกิดประโยชน์กับ SME ทำให้เข้มแข็ง โดยพิจารณาจากความเชี่ยวชาญของ มจร. ที่มีอยู่แล้ว สามารถจัดกิจกรรมได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มออกแบบ (Design Square) หมายความว่ารวมถึงวิศวกรรม การให้บริการ การทดสอบ และการสื่อสาร ซึ่ง มจร. มีความสามารถด้านการออกแบบอยู่แล้ว และเป็นความต้องการของลูกค้าด้วย ก่อให้เกิดผลผลิตที่เป็นต้นแบบจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิด Value Chain

2) กลุ่มนวัตกรรม (Innovation Square) มจร. เป็นมหาวิทยาลัยวิจัยสามารถส่งผ่านงานวิจัยให้เอกชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ควรทำการวิจัยเชื่อมโยงองค์ความรู้จากห้องปฏิบัติการสู่อุตสาหกรรม (Translational Research) จากโจทย์ของภาคเอกชน รวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีและการบ่มเพาะ สร้างโครงการผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Program) ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ การบริการ และเทคโนโลยีใหม่ การจดสิทธิบัตรร่วมกับเอกชน หรือการจัดตั้งบริษัทเล็กๆ ได้หลายบริษัท (Spin-off Companies)

3) กลุ่มการเรียนรู้ (Learning Square) เป็นความจำเป็นที่ต้องสร้างความรู้ความสามารถให้กับภาคอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และยังเป็นโอกาสให้นักศึกษาได้ไปศึกษาดูงานสามารถทำหลักสูตรร่วมกับภาคอุตสาหกรรมที่พัฒนาคนให้ตรงกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม และการสร้างเครือข่ายกับต่างประเทศในการจัดหลักสูตรร่วมเพื่อเพิ่มความสามารถให้กับบริษัทเล็กๆ ได้ทำวิจัยโดยพึ่งพาตนเองสร้างความเข้มแข็งได้

4) กลุ่มบริการ (Service Square) การช่วยเหลือภาคอุตสาหกรรมในด้านที่ไม่ชำนาญ เช่น การทำวิจัยสร้างนวัตกรรมให้ได้ข้อมูลทางเทคนิคและการตลาด การช่วยเหลือด้านกฎหมายเพื่อให้คำแนะนำในการจัดตั้งเป็นบริษัทสาขาหรือมูลนิธิ การช่วยจดสิทธิบัตร เป็นต้น

ประเด็นความคิดเห็นจากที่ประชุม

- 25 ศิษย์เก่า มจร. ตามกลุ่มอาชีพงาน เช่น เคมี ไฟฟ้า สิ่งทอ ฯลฯ สามารถให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาการใช้ประโยชน์จากอาคารดังกล่าวได้ หรือหลักสูตรที่เปิดสอนในอาคารดังกล่าวสามารถช่วยเหลือศิษย์เก่าในการพัฒนาทั้งการตลาดและวิจัยให้ประสบความสำเร็จเข้มแข็งขึ้นได้
- 26 KLS เป็นอาคารที่ลงทุนสูง ในการบริหารจัดการต้องทำด้านการตลาดและจัดแผนธุรกิจให้มากขึ้น ทหารายได้ประจำให้เพียงพอกับค่าสาธารณูปโภคและช่วยสนับสนุนงานที่มีคุณค่า ควรปรึกษาผู้ที่มีประสบการณ์ ให้มีทางเลือกในการดำเนินงานแบบผสมผสาน กิจกรรมใดทำไม่ได้จะต้องมีกิจกรรมอื่นเข้ามาแทน ต้องมีความเป็นมืออาชีพ เพราะมีบทเรียนจากศูนย์การเรียนรู้ในเมือง (Bangkok CODE) แล้ว จะพลาดอีกไม่ได้ ขอให้ใช้ประโยชน์ให้เต็มพื้นที่อย่างคุ้มค่าที่สุด
- 27 การมีอาคารในตัวเมืองมาจาก Roadmap 2020 เพื่อให้มหาวิทยาลัยใกล้กับผู้รับบริการมากขึ้น ส่งเสริมการเรียนรู้อย่างมืออาชีพและการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่เน้นคุณภาพ การสร้างอาคารของมหาวิทยาลัยแล้วให้คนอื่นเช่าใช้เป็นเรื่องที่ไม่ควรทำ สร้างแล้วต้องใช้เอง ควรจัดการเรียนการสอนที่มีอยู่ของ GMI คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะศิลปศาสตร์ และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ เปิดสอนตอนเย็นและวันเสาร์-อาทิตย์ อาจเป็นโครงการพิเศษที่ดึงดูดนักศึกษาต่างชาติมาเรียนได้ หรือการจัดทำหลักสูตรต่อเนื่องโดยศูนย์การศึกษาต่อเนื่อง สำหรับการมีภาคอุตสาหกรรมมาใช้พื้นที่เป็นสิ่งใหม่ ผลักดันให้เกิดได้แต่ต้องลงทุนร่วม มีความคุ้มค่า เกิดผลกระทบเชิงคุณภาพ

ความก้าวหน้าในการดำเนินงานของ มจร. ราชบุรี

โดย รศ. ดร. บุญเจริญ ศิริเนาวกุล คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์

ดร. ทศพร ทองเที่ยง ผู้ช่วยอธิการบดีวิทยาเขตราชบุรี และ

ผศ. ดร. สันติ เจริญพรพัฒนา ภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์

- 28 ดร. ทศพร ทองเที่ยง แจ้งที่ประชุมเรื่องการเตรียมความพร้อมการจัดการเรียนการสอน ณ มจร. ราชบุรี ด้านกายภาพ ได้มีการทำแผนแม่บท (Master Plan) ของที่ดินสามผืน ขณะนี้ อาคารเรียนรวม หอสมุด อาคารปฏิบัติการวิจัย สร้างเสร็จแล้ว หอประชุมยังไม่แล้วเสร็จ หอพักนักศึกษาหลังแรกคาดว่าจะเสร็จทันเปิดเรียนในเดือนสิงหาคม 2556
- 29 การเรียนการสอนใช้หลักสูตรเดิมของคณะวิศวกรรมศาสตร์ แต่เป็นการเรียนการสอนแบบ Module ที่ออกแบบเรียบร้อยแล้ว ในปี 1-2 นักศึกษาเรียนแบบไม่แยกสาขา จะเรียนแยกสาขาที่บางมดในปี 3-4 ช่วงสองปีแรกนักศึกษาคะเรียนวิชาพื้นฐานวิศวกรรมศาสตร์ในห้องเรียนรวม และเรียนกลุ่มย่อยห้องละประมาณ 10 คน มีวิชาปฏิบัติการต่างๆ สำหรับการเรียนการสอนภาษาอังกฤษจะเน้นทักษะการใช้งานเป็นหลัก เน้นฟัง พูดอ่านเขียน เรียนภาษาอังกฤษบนเว็บ มีอาจารย์ชาวต่างชาติไปสอนที่ราชบุรี สิ่งที่แตกต่างกันคือการเรียนหมวดวิชาศึกษาทั่วไปที่เน้นกิจกรรมนอกห้องเรียนสร้างเสริมประสบการณ์ เป็นกิจกรรม RC (Residential College) เช่น การทำงานรอบชุมชน งานวิจัย งานบริการวิชาการ ให้อยู่ร่วมกับชุมชนได้ ทำให้ชุมชนสีขาว ชุมชนปลอดภัย น่าอยู่ ช่วยเรื่องแหล่งน้ำ ขยะ การมีสัมมาชีพ ไม่มีอบายมุขทำให้ยั่งยืน ขณะนี้อยู่ระหว่างกำหนัดตัวผู้สอน และวิธีการประเมิน จะมีอาจารย์ช่วยสอนจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ ร่วมกับอาจารย์ มจร. ราชบุรี จำนวน 20 คน บางคนได้ไปดูงานที่ SCG และมีอาจารย์ 9 คนไป Workshop ที่ Olin ประเทศสหรัฐอเมริกา
- 30 ผศ. ดร. สันติ เจริญพรพัฒนา สรุปข้อมูลเรื่องการรับนักศึกษา โดยเปิดรับสมัคร 3 ครั้ง เกณฑ์การรับนักศึกษา พิจารณาจาก GAT-PAT ดู GPA มีการให้ทุนเรียน จากการสำรวจนักศึกษารุ่นแรกจำนวน 127 คนพบว่าพฤติกรรมการศึกษาของผู้ปกครองอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานะการเงินส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา โรงเรียนเดิมของนักเรียนมาจากโรงเรียน 100 อันดับแรกของประเทศไทย นักเรียนทราบข้อมูลการรับสมัครจากอาจารย์ในโรงเรียน ผลการศึกษาโดยเฉลี่ยประมาณเกรด 3 ใกล้เคียงกับการรับตรงที่บางมด บางคนเคยได้รับรางวัลและได้รับทุนมาบ้าง และต้องการเข้าศึกษาภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกลมากที่สุด
- 31 การวิเคราะห์ความเสี่ยง 5 กลุ่ม ได้แก่ ด้านการเรียนการสอน ความพร้อมสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐาน ความเป็นอยู่ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และการบริหารจัดการ ของ มจร. ราชบุรี รวมได้ 23 เรื่อง โดยมี 9 เรื่องเป็นความเสี่ยงสำคัญ คือ
1. อาจารย์ไม่พอ ต้องเจรจาเป็นรายๆ ตามความสมัครใจ
 2. สภาวิศวกรไม่รับรองหลักสูตร ต้องทำความเข้าใจกับสภาวิศวกร ถ้าเป็นหลักสูตรเดิมไม่ต้องรับรองใหม่ หรือจัดทำหลักสูตรใหม่ที่ไม่อยู่ภายใต้สภาวิศวกร โอนย้ายนักศึกษาที่ต้องการเข้าเรียนในภาควิชาที่ได้รับการรับรองจากสภาวิศวกรแล้ว (กรณีไม่รับรอง)

3. ความพึงพอใจนักศึกษาในวิธีการเรียนการสอน มีระบบติดตามเป็นระยะๆ ใกล้ชิด จัดทำคู่มือให้เข้าใจ เมื่อเกิดเหตุการณ์ต่างๆ
4. การขาดแคลนน้ำ มีคณะกรรมการติดตามอย่างใกล้ชิด อาจใช้รถขนส่งน้ำ หาแหล่งน้ำและเช่ารถน้ำ ลำเลียงมากักเก็บไว้ในพื้นที่
5. อาคารหอพักหลังแรกเสร็จไม่ทัน โดยเฉพาะเฟอร์นิเจอร์ อาจเลื่อนการเปิดภาคการศึกษาออกไป 1 เดือน
6. สุขภาพกายนักศึกษา จัดกิจกรรมการออกกำลังกาย มีหน่วยพยาบาลป้องกันได้ทันที กำหนดแผนฉุกเฉิน
7. สุขภาพจิตนักศึกษา ดูแลอย่างใกล้ชิด
8. ยาเสพติด ต้องดูแลอย่างใกล้ชิด
9. อุบัติเหตุภายนอกมหาวิทยาลัย กำหนดกฎระเบียบ มีแผนฉุกเฉินรองรับ ประสานกรมทางหลวงทำ สัญญาณและอุปกรณ์ความปลอดภัยทางถนน

- 32 รศ. ดร. บุญเจริญ ศิริเนาวกุล แจ้งว่ากระบวนการคัดเลือกนักศึกษา ใช้เครือข่ายโรงเรียนชั้นนำสามกลุ่ม ได้แก่ โรงเรียน รวม. โรงเรียนเครือข่ายภาคตะวันตกที่มีห้องวิทยาศาสตร์ และโรงเรียนต่างจังหวัด โดยจัดสัมมนา อาจารย์แนะแนวช่วยคัดเลือกนักเรียน เปิดเว็บไซต์ให้สมัครเองบางส่วน ได้คัดเลือกนักเรียนมาเข้าค่ายพร้อม ผู้ปกครอง และทำกิจกรรมคล้ายกับการจัดการเรียนการสอน แล้วค่อยแสดงความจำนงเข้าเรียน นักเรียนที่ สนใจก็ประกาศรับเป็นนักศึกษา มจร. ราชบุรี ในปีการศึกษาแรกมีจำนวน 127 คน เป็นนักศึกษาหญิง 40 คน ซึ่งนักศึกษากลุ่มแรกๆไป มจร. ราชบุรีในปีนี้น่าจะค่อนข้างโดดเดี่ยว จึงได้ประสานกับสโมสรนักศึกษาคณะ วิศวกรรมศาสตร์ให้บางมตราชบุรีมีกิจกรรมร่วมกัน จะจัดเป็นช่วงๆ ให้ราชบุรีเข้ามาบางมด เป็นการเชื่อมต่อ ระหว่างนักศึกษาด้วยกัน และอาจารย์กับอาจารย์ โดยให้อาจารย์ราชบุรีมาช่วยงานคณะวิศวกรรมศาสตร์ บางมด บางส่วนด้วย เป็นการทำความรู้จักด้านการศึกษาของคณะไปด้วย
- 33 บริเวณด้านหน้า มจร. ราชบุรีได้ออกแบบเพื่อให้ความสะดวก มีศาลพระภูมิ ป้อมยาม ป้ายรถเมล์ เป็นจุดเด่น ที่เห็นได้จากถนนใหญ่ ปัญหาสำคัญของ มจร. ราชบุรี คือ การขาดแคลนน้ำ พื้นดินขาดความชื้น เป็นป่าเต็งรัง ร้อนอบ ไม่ได้ให้ร่มเงา มหาวิทยาลัยได้แก้ปัญหาโดยเร่งทำทางเดินให้สั้นเชื่อมต่อมากที่สุด ไม่แตะพื้นที่ข้างล่าง เพื่อคืนความชื้นกับดินและเก็บน้ำให้มากที่สุด นอกจากนี้ยังได้ขุดบ่อบาดาลตึกละหนึ่งบ่อ ระยะที่สองจะทำ ระบบน้ำระยะยาวโดยขุดบ่อน้ำใหญ่ทางทิศใต้ของมหาวิทยาลัย กรณีจำเป็นจะซื้อน้ำมาเติม ทำระบบเก็บน้ำได้ ดินและบนอาคารใช้ได้เป็นเดือน จะมีระบบทำน้ำประปาของมหาวิทยาลัยเอง และทำเป็น Green คืนน้ำสู่พื้น ดินให้มากที่สุด ไม่ทิ้งตามท่อ การจัดการขยะภายในจะแยกขยะเพื่อไม่ให้รบกวนชาวบ้าน ซึ่งจะเป็นทั้งการ ทำงานและสามารถใช้ในการเรียนการสอนด้วย
- 34 หลักสูตรซึ่งจัดการเรียนการสอนที่ มจร. ราชบุรี 2 ปี ในอนาคตถ้าได้ผลดีมากอาจทำเป็นหลักสูตรเรียนที่ ราชบุรีตลอด 4 ปี แต่การเรียนรายวิชาจะเป็นวิชาในปีที่ 3-4 ทำให้ต้องพิจารณาเกณฑ์ของ กว. สำหรับการ ขอรับการสนับสนุนจากสำนักงบประมาณได้เชิญเจ้าหน้าที่ไปดูการเรียนการสอนแบบใหม่ ทำให้ได้งบประมาณ มาสร้างหอพัก ถ้าทำได้ดี จะเชิญสำนักงบประมาณไปดูที่ราชบุรีเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณอีก และ หากทำได้ดีได้มีรูปแบบ มจร. บางมดอาจจะขอปรับให้เหมือนกับ มจร. ราชบุรีก็ได้
- 35 มหาวิทยาลัยคาดว่าจะทูลเชิญสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จฯ มจร. ราชบุรีในปี 2558

ประเด็นความคิดเห็นจากที่ประชุม

- 36 มหาวิทยาลัยควรจัดทำ Honor Program ที่ มจร. ราชบุรี เพราะผลการเรียนของนักเรียนอยู่ในเกณฑ์ดี สำหรับภาษาอังกฤษของนักศึกษาจะดีขึ้น มีความมั่นใจขึ้นถ้ามีการแลกเปลี่ยนกับประเทศสิงคโปร์ หรือเกาหลี ส่วนอาจารย์ที่อยู่ดูแลนักศึกษาต้องมีใจรัก ควรเรียนรู้เรื่องการให้คำปรึกษาและการแนะแนว เพราะเป็นเทคนิคที่ต้องรู้ ซึ่งโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์มีการดำเนินการดังกล่าว และต้องมีจำนวนอาจารย์หญิงที่อยู่ประจำเพียงพอกับจำนวนนักศึกษาหญิง อาจารย์ มจร. ราชบุรี ต้องเดินทางไกล ควรพิจารณาสวัสดิการหรือรูปแบบเบี้ยกันดารด้วย รวมถึงควรกำหนดสภาพแวดล้อมบริเวณรอบมหาวิทยาลัย (Buffer Zone) ให้ห่างจากอบายมุข เพื่อความปลอดภัยของนักศึกษา
- 37 การจัดการระบบน้ำและการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวของ มจร. จะเป็นตัวอย่างที่ดี เป็นแบรนด์ที่ดีที่สุด อาจารย์มีบทบาทสำคัญที่สุดต้องหมั่นพูดให้นักศึกษาฟัง สร้างจิตวิญญาณตั้งแต่ต้นให้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยคิด ช่วยทำ ขอฝากทำให้สำเร็จ ที่ได้ดีควรหาโอกาสไปศึกษาแลกเปลี่ยนเพิ่มเติม
- 38 ความสัมพันธ์กับมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงต้องพยายามปรับเข้าหากันใหม่ ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้บริหาร โดย รศ. ดร. คุณหญิงสุมนหา พรหมบุญ รับจะช่วยประสานให้ เพราะยังมีนักศึกษาจำนวน 20 คนภายใต้โครงการของ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เรียนอยู่ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

ท่านนายกสภามหาวิทยาลัยกล่าวปิดการประชุม Retreat และขอบคุณที่สละเวลามาร่วมระดมสมอง หวังว่า จะมีการประชุมสภามหาวิทยาลัยที่ มจร. ราชบุรีในช่วงของการเปิดวิทยาเขตประมาณเดือนพฤศจิกายน 2556