



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

ปณิธานหน่วยงาน

มุ่งที่จะเป็นสถาบันวิทยาการชั้นนำด้านตราสินค้าโดยเฉพาะ ตลอดจนการให้บริการแก่สังคม ธุรกิจ องค์กรภาครัฐและเอกชนด้วยการให้คำปรึกษา การบริการฝึกอบรม

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

1. เป็นศูนย์รวบรวมข้อมูลข่าวสารในด้านตราสินค้า เพื่อบริการวิชาการความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าให้แก่องค์กรธุรกิจ องค์กรภาครัฐ นักศึกษา และสาธารณชนผู้สนใจทั่วไป
2. ศึกษา ค้นคว้า และวิจัยเพื่อผลิตองค์ความรู้ด้านตราสินค้าในรูปแบบของงานวิจัย รายงานบทความวิชาการแก่องค์กรธุรกิจภาคเอกชน ตลอดจนข้อเสนอแนะเชิงวิชาการไปยังหน่วยงานภาครัฐ
3. พัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญ แสวงหาองค์ความรู้ใหม่ด้านตราสินค้าเพื่อเป็นที่ปรึกษามืออาชีพ การให้บริการฝึกอบรมด้านการพัฒนากลยุทธ์การบริหารตราสินค้าแก่องค์กรธุรกิจภาคเอกชน (โครงการเลี้ยงตัวเอง) เพื่อให้มหาวิทยาลัยมีรายได้เพิ่มขึ้น
4. พัฒนาบุคลากรของหน่วยงานให้มีความรู้ ทักษะด้านภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เกี่ยวกับสายงาน ตลอดจนมีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย
5. พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม / ประชุม / สัมมนาด้านการบริหารตราสินค้าเพื่อสนองความต้องการในการเรียนรู้ศาสตร์ในด้านตราสินค้าแก่ผู้ประกอบการองค์กรธุรกิจ เจ้าหน้าที่ นักบริหารตราสินค้า เจ้าหน้าที่ด้านการตลาด ตลอดจนสาธารณชนผู้สนใจทั่วไป
6. มีระบบฐานข้อมูลเพื่อใช้เป็นช่องทางเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับตราสินค้า และประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กร
7. สร้างความแข็งแกร่งและประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในด้วยกลยุทธ์การบริหารจัดการ
8. สร้างกลยุทธ์ตราสินค้า (แบรนด์ดีจัง) เพื่อสร้างสนับสนุนกลยุทธ์การแข่งขันของมหาวิทยาลัย



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย** : ข้อ 1. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยมีระบบที่เอื้อต่อการทำงานวิจัย และมีความโดดเด่นด้านผลงานทั้งในระดับชาติและนานาชาติ
 ข้อ 2. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งบริการวิชาการแก่สังคมที่มีความน่าเชื่อถือด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- กลยุทธ์ของฝ่าย** : ข้อ 2.1 สร้างระบบส่งเสริมการวิจัย
 ข้อ 2.2 สร้างเสริมศักยภาพการทำวิจัย และส่งเสริมการก่อสร้างองค์ความรู้ใหม่
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน** : ข้อ 2. ศึกษา ค้นคว้าและวิจัยเพื่อผลิตองค์ความรู้ด้านตราสินค้าในรูปแบบของงานวิจัย รายงานบทความวิชาการแก่องค์กรธุรกิจภาคเอกชน

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. สร้างเสริมเติมความรู้สู่ คณะกรรมการ	1. สร้างความรู้ด้านวิชาการเกี่ยวกับ ตราสินค้า และการวิจัยเกี่ยวกับ ตราสินค้า	ร้อยละของผู้เข้ารับการอบรมที่มี ความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	1. จัดอบรม / สัมมนาเชิงวิชาการ หลักสูตรความรู้เกี่ยวกับตราสินค้า เพื่องานวิชาการ 2. จัดศึกษา ดูงานหน่วยงานภายนอก ที่ประสบความสำเร็จในการสร้าง ตราสินค้า
	2. ผลิตและเผยแพร่งานวิจัยหรือ บทความวิชาการเกี่ยวกับตราสินค้า	จำนวนโครงการวิจัยหรือ บทความวิชาการตีพิมพ์ใน วารสารวิชาการ มกค. อย่างน้อยปีการศึกษาละ 1 เรื่อง	-	1 เรื่อง 1 บทความ	1. โครงการวิจัยเกี่ยวกับตราสินค้าโดย ทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย หอการค้าไทย 2. นำเสนองานวิจัย / บทความวิชาการ แก่สาธารณชน



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย** : ข้อ 2. เพื่อส่งเสริม สนับสนุนให้มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งบริการวิชาการแก่สังคมที่มีความน่าเชื่อถือด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- กลยุทธ์ของฝ่าย** : ข้อ 3.1 เพิ่มศักยภาพและเครือข่ายความร่วมมือด้านการบริการวิชาการแก่สังคม
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน** : ข้อ 3. พัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญ แสวงหาคำตอบความรู้ใหม่ด้านตราสินค้าเพื่อเป็นที่ปรึกษามีอาชีพ การให้บริการฝึกอบรมด้านการพัฒนากลยุทธ์การบริหารตราสินค้าแก่องค์กรธุรกิจภาคเอกชน (โครงการเลี้ยงตัวเอง) เพื่อให้มหาวิทยาลัยมีรายได้เพิ่มขึ้น

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. จัดบริการวิชาการและหารายได้	1. บริการวิชาการ (หารายได้)	จำนวนเงินรายได้ที่มอบให้แก่มหาวิทยาลัย	-	20,000	1. โครงการฝึกอบรม / ประชุม / สัมมนา



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย** : ข้อ 2. เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งบริการวิชาการแก่สังคมที่มีความน่าเชื่อถือในด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
 ข้อ 5. เพื่อกระตุ้นเตือนให้หน่วยงานภายใต้ฝ่ายเกิดความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) พร้อมทั้งผลักดันให้เกิดกิจกรรมเพื่อพัฒนาสังคมอย่างต่อเนื่อง
- กลยุทธ์ของฝ่าย** : ข้อ 3.2 บริการวิชาการแก่สังคมด้านเศรษฐกิจและธุรกิจ
 ข้อ 8.1 ผู้นำด้านการกระตุ้นเตือนความรับผิดชอบต่อสังคม
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน** : ข้อ 1. รวบรวมข้อมูลข่าวสารในด้านตราสินค้าเพื่อบริการวิชาการความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าให้แก่สาธารณชน
 ข้อ 5. จัดหลักสูตรฝึกอบรม / ประชุม / สัมมนาวิชาการด้านกลยุทธ์การบริหารตราสินค้า เพื่อสนองความต้องการในการเรียนรู้ศาสตร์ และองค์ความรู้ในการสร้างตราสินค้าแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ นักวิชาชีพธุรกิจ และผู้สนใจทั่วไป

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. บริการวิชาการแก่สังคม ด้านกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า	1. บริการวิชาการแก่สังคมด้านกลยุทธ์ การสร้างตราสินค้า	1. จำนวนโครงการ / กิจกรรม 2. ระดับความพึงพอใจของ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม / โครงการ 3. ระดับความรู้ที่ได้จากการเข้า รับการอบรม	3 มาก -	3 มาก มาก	1. โครงการ UTCC Brand Youth Creativity Camp 2. โครงการอบรมสัมมนาหลักสูตร CEO Branding 3. โครงการอบรมสัมมนากลยุทธ์การ สร้างตราสินค้า



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 3. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้มีความรอบรู้ และเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานตามภารกิจ
- กลยุทธ์ของฝ่าย : ข้อ 5.3 พัฒนาบุคลากรสายอำนวยการให้มีความรู้ ความสามารถที่ทันสมัยตรงกับสายการทำงาน
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 4. พัฒนาบุคลากรของหน่วยงานให้มีความรู้ ทักษะด้านภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับสายงาน ตลอดจนมีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. พัฒนาบุคลากรในหน่วยงานให้มีความรู้ความสามารถตรงตามสายการทำงาน	1. พัฒนาศักยภาพบุคลากรในด้านภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบุคลิกภาพธุรกิจ	1.1 จำนวนโครงการ / กิจกรรมที่บุคลากรได้เข้าร่วมฝึกอบรม / ประชุม / สัมมนา 1.2 ระดับความรู้ที่ได้รับเพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมโครงการ / กิจกรรม 1.3 ระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร 1.4 ระดับความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน 1.5 ระดับคะแนนการประเมินการมีบุคลิกภาพทางธุรกิจ	8 โครงการ / กิจกรรม มีระดับความรู้เพิ่มขึ้น ดี - -	8 โครงการ / ครั้ง มีระดับความรู้เพิ่มขึ้น ดี ดี มาก	1. สนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ประจำหน่วยงานเข้ารับการฝึกอบรม / ประชุม / สัมมนาในหลักสูตรตามที่สนใจและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร 2. กิจกรรมอบรมภาษาอังกฤษ 3. การทดสอบทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ 4. กิจกรรมอบรมบุคลิกภาพธุรกิจ



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 3. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้มีความรอบรู้ และเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานตามภารกิจ
- กลยุทธ์ของฝ่าย : ข้อ 5.4 สร้างวัฒนธรรมองค์กร UTCC Citizenship
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 4. พัฒนาบุคลากรของหน่วยงานให้มีความรู้ ทักษะด้านภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับสายงาน ตลอดจนมีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. สร้างให้บุคลากรเป็นคนพันธุ์ UTCC	UTCC Citizenship	ร้อยละของจำนวนกิจกรรมที่เข้าร่วมกับทางมหาวิทยาลัย	100 %	100 %	1.1 เข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้น



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 4. ส่งเสริม สนับสนุน และผลักดันให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ (KM) ที่มีประสิทธิภาพภายในฝ่ายวิจัย
- กลยุทธ์ของฝ่าย : ข้อ 7.2 ส่งเสริมพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 6. มีระบบฐานข้อมูลเพื่อใช้เป็นช่องทางเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับตราสินค้า และประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กร

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. สร้างเสริมพัฒนาระบบองค์การแห่งการเรียนรู้	1. KM Branding	1. แผนงาน KM Branding 2. จำนวนองค์ความรู้ที่ได้จากกระบวนการจัดการความรู้ 3. มีเว็บไซต์คลังความรู้	1. มีแผนและพัฒนา 2. อย่างน้อย 1 องค์ความรู้ 3. มีเว็บไซต์คลังข้อมูลและพัฒนา	1. พัฒนาแผน 2. อย่างน้อย 3 องค์ความรู้ 3. พัฒนาค้นคลังข้อมูล	1. พัฒนาฐานข้อมูล และสารสนเทศเพื่อความรู้ด้านตราสินค้า 2. สร้างองค์ความรู้ 3. กระตุ้นให้เกิดการใช้และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย** : ข้อ 6. เพื่อสนับสนุนระบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Branding) ของมหาวิทยาลัยให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้
- กลยุทธ์ของฝ่าย** : ข้อ 6.1 พัฒนาระบบการบริหารจัดการโดยใช้หลักธรรมาภิบาล ความพอเพียง รวมทั้งนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน** : ข้อ 6. มีระบบฐานข้อมูลเพื่อใช้เป็นช่องทางเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับตราสินค้าและประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กร

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. พัฒนาระบบการบริหารจัดการโดยนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ	1. พัฒนาเว็บไซต์และสารสนเทศ	1. มีการพัฒนาข้อมูลและปรับปรุงเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง 2. จำนวนผู้เข้าชมและใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์	1. มีเว็บไซต์ของศูนย์ฯ 2. 3,588 ครั้ง (ณ วันที่ 28 ม.ค.52)	1. มีการปรับปรุงประจำทุกๆ เดือน 2. มีจำนวนผู้เข้าชมและใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5	1. โครงการพัฒนาฐานข้อมูลและสารสนเทศเพื่อความรู้ด้านตราสินค้า



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย** : ข้อ 6. เพื่อสนับสนุนระบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Branding) ของมหาวิทยาลัยให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้
- กลยุทธ์ของฝ่าย** : ข้อ 6.1 พัฒนาระบบการบริหารจัดการโดยใช้หลักธรรมาภิบาล ความพอเพียง รวมทั้งนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน** : ข้อ 7. สร้างความแข็งแกร่งและประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในด้วยกลยุทธ์การบริหารจัดการ

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. สร้างความก้าวหน้าด้าน การประกันคุณภาพการศึกษา ระดับหน่วยงาน	1. ประกันคุณภาพการศึกษา ประจำปีการศึกษา 2551	ระดับผลการประเมิน	-	4.65	1. กิจกรรมสร้างระบบและ รายงานผลการประกัน คุณภาพระดับหน่วยงาน
2. สร้างระบบกิจกรรม 5 ส	1. กิจกรรม 5 ส	ระดับคะแนนประเมินผล	-	ดีมาก	1. กิจกรรมประเมิน 5 ส ทุกๆ 3 เดือน
3. สร้างระบบการจัดการการบริหาร ความเสี่ยง	1. การบริหารความเสี่ยงระดับหน่วยงาน	แผนการดำเนินการจัดการความเสี่ยง	มีแผนจัดการ ความเสี่ยง	มีแผนและการ ดำเนินงานรอบ 1 ปี	1. การดำเนินงานจัดการ ความเสี่ยงตามแผนงาน ปี 2551



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย : ข้อ 6. เพื่อสนับสนุนระบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Branding) ของมหาวิทยาลัยให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้
- กลยุทธ์ของฝ่าย : ข้อ 9.1 ด้าน Branding
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน : ข้อ 8. สร้างกลยุทธ์ตราสินค้า (แบรนด์ดีดิง) เพื่อสร้างสนับสนุนกลยุทธ์การแข่งขันของมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. UTCC Branding	1. UTCC Branding Creation	1. ระดับความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสร้างตราสินค้า 2. ระดับความพึงพอใจภายหลังการเข้าร่วมโครงการ 3. ระดับของทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 4. แนวทางการพัฒนามหาวิทยาลัย	มาก มาก มาก แผนกลยุทธ์ มกค. Branding	มาก มาก มาก แผนกลยุทธ์ มกค. Branding	โครงการ UTCC Brand Youth Creativity Camp ครั้งที่ 4



แผนงานศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า ปีการศึกษา 2552

- วัตถุประสงค์ของฝ่าย** : ข้อ 6. เพื่อสนับสนุนระบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Branding) ของมหาวิทยาลัยให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่ได้วางไว้
- กลยุทธ์ของฝ่าย** : ข้อ 9.2 ด้าน เครือข่าย
- วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน** : ข้อ 8. สร้างกลยุทธ์ตราสินค้า (แบรนด์ดีดิง) เพื่อสร้างสนับสนุนกลยุทธ์การแข่งขันของมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์	แผนงาน	ตัวบ่งชี้	เกิดจริงปี 2551	เป้าหมายปี 2552	กิจกรรม/โครงการ
1. สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการบริการวิชาการ	1. สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการบริการวิชาการ	1. จำนวนโครงการบริการวิชาการที่จัดร่วมกับหน่วยงานภายนอก การทำกิจกรรม และการสนับสนุนในด้านต่างๆ	-	1 โครงการ	1. โครงการ UTCC Brand Youth Creativity Camp 2. โครงการอบรมสัมมนา หลักสูตร CEO Branding 3. โครงการอบรมสัมมนา กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า