

รัชชัย จิตรนันท์: การพัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี. (THE DEVELOPMENT OF BRAND IMAGE MAKING STRATEGIES FOR INDUSTRIAL AND RESEARCH PROJECTS FOR UNDERGRADUATE STUDENTS) อาจารย์ที่ปรึกษา: ศ.กิตติคุณ ดร.ปทีป เมธาคุณวุฒิ, อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม: รศ. ดร. กอบบุญ หล่อทองคำ, 315 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจผลผลิตของนักศึกษาในโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีที่ได้มีการนำไปใช้ในวงการธุรกิจ วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของนักศึกษา พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตและเสนอแนวทางการเชื่อมโยงโครงการอุตสาหกรรมและวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาตรีในการจัดสหกิจศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ 68 คน และผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา 26 แห่งได้เข้าร่วมโครงการ สัมภาษณ์นักศึกษา 8 คน และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารและการวางแผนกลยุทธ์ในสถาบันอุดมศึกษาที่เกี่ยวข้องและผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตที่เกี่ยวกับภาครัฐและเอกชน 15 คน จากนั้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์เอกสารที่ได้จากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อจัดร่างกลยุทธ์ และตรวจสอบกลยุทธ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการวิจัยพบว่า ผลผลิตของนักศึกษามี 2 ลักษณะ คือ 1) ผลผลิตที่ได้รับการจดสิทธิบัตรจำนวน 2 โครงการและ 2) ผลผลิตที่อยู่ในขั้นตอนการพัฒนาผลการทดลองในโรงงานต่อยอด เพื่อให้ได้รับการต่อยอดในเชิงธุรกิจจำนวน 82 โครงการ นอกจากนี้มีโครงการที่ได้รับรางวัลจากการประกวดด้านนวัตกรรมแห่งประเทศไทยจำนวน 9 โครงการ จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการและผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต พบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเพื่อให้ผลผลิตในโครงการ IRPUS เป็นที่รู้จักและยอมรับของผู้ประกอบการ การสร้างตราผลผลิตโครงการIRPUSที่พัฒนาจากการสร้างตราผลผลิตในเชิงธุรกิจ ประกอบด้วย 1)กำหนดตำแหน่งผลผลิต 2)กำหนดบุคลิกภาพของผลผลิต 3)สร้างเอกลักษณ์ 4)สื่อสารเพื่อสร้างตราผลผลิต

กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตของโครงการอุตสาหกรรม ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ 1) กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิต มีกลยุทธ์ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตเชิงรุกผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย รวมทั้งการสร้างค่านิยมด้านผลผลิตของนักศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการ, กลยุทธ์ส่งเสริมการผลิตและพัฒนาบัณฑิต รวมทั้งผลผลิตและนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรมในประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ, กลยุทธ์สร้างมูลค่าแก่ผลผลิต ด้วยระบบการบริหารจัดการและการสร้างแรงจูงใจ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราผลผลิตให้เป็นที่ยอมรับในระดับชาติ และกลยุทธ์ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตของนักศึกษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน 2) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ มีกลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพความร่วมมือด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกับองค์กรพันธมิตร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาศักยภาพบัณฑิตให้มีความพร้อมปฏิบัติงานในยุคโลกาภิวัตน์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ, เร่งรัดพัฒนาโครงสร้างการบริหารโครงการ IRPUS รองรับการยกฐานะเป็นศูนย์กลางการศึกษาการพัฒนาผลผลิตและนวัตกรรมของนักศึกษาแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม และกลยุทธ์ขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคอุตสาหกรรมกับภาคการศึกษา เพื่อการนำผลผลิตและนวัตกรรมที่มีศักยภาพไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ในระดับสากล

ภาคิวิชานโยบาย การจัดการ และความเป็นผู้นำทางการศึกษา

สาขาวิชา.....อุดมศึกษา

ปีการศึกษา..2551

ลายมือชื่อนิติ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4684683127 : MAJOR HIGHER EDUCATION

KEY WORD: THE IRPUS / BRAND IMAGE / STRATEGIES / COOPERATIVE EDUCATION

THATCHAI CHITTRANUN : THE DEVELOPMENT OF BRAND IMAGE MAKING STRATEGIES
FOR INDUSTRIAL AND RESEARCH PROJECTS FOR UNDERGRADUATE STUDENTS.

THESIS ADVISOR: PROF. PATEEP METHAKUNAVUDHI, Ph.D., THESIS CO-ADVISOR: ASSOC
PROF.GOBBOON LOTHONGKUM, Ph.D., PAGES 315 pp.

The purposes of this study were to survey the outputs of industrial and research projects by undergraduate students; to analyze opinions concerning brand image making of the project outputs from entrepreneurs and executive faculty members; to develop strategies of brand image making; and to propose guidelines for developing cooperative education programs in order to promote industrial and research project outputs for undergraduate students.

Data was collected from 68 entrepreneurs and 26 executive university faculty members via questionnaires. 8 students from the IRPUS projects were interview about their product and 15 experts in business which provided well known product brands and brand image making in business. The researcher used content analysis, interviews, and questionnaires as instruments to construct. Finally, the strategies have been adjusted by the expert opinion for final approval.

The findings showed that outputs of two projects were licensed and outputs of eighty-two projects were in process of research development projects in order to obtain further development in business area. Additionally, nine projects were awarded from the innovation contest in Thailand. Entrepreneurs and executive faculty members agreed that brand image making of the IRPUS outputs be well-known and be accepted by all entrepreneurs. The brand image making of the IRPUS outputs developed in business were brand position, brand personality, brand identity and brand communication.

The strategies of brand image making for products of the IRPUS projects composed of 2 groups: (1) Brand image making strategies. Strategies to improve public relations and strong brand image making via media and encourage value of students' products among entrepreneur, Strategies to Enhance producing and developing graduates, as well as products and innovation which serve the need of domestic industrial sector as to upgrade international competitive ability, strategies to promote product value by the management system and motivation to create brand image to be nationally well-known and strategies to upgrade the quality and standard of students' products for the sustainable development (2) collaboration strategies. Strategies to strengthen effective collaboration in science and technology research with domestic and foreign alliances in order to develop well-equipped graduates who are ready to work in Globalization and to Accelerate and develop the administrative structure of IRPUS Project and accredit it to be a development study center of student's products and innovation of Thailand in order to promote investment in the industrial sector and strategies to expand collaborative network between the industrial sector and the educational sector in order to apply potential products and innovation in the international commercial production.

Department..Educational Policy, Management, and Leadership Student's Signature.....

Field of Study.. Higher Education

Advisor's Signature.....

Academic Year..2008

Co-advisor's Signature.....