

แผนพัฒนาคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ (ระยะ 4 ปี)
พ.ศ. 2564 – 2567



แผนพัฒนาคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ (พ.ศ. 2564 – 2567)

วิสัยทัศน์

พัฒนาทุนมนุษย์และสร้างนวัตกรรมการจัดการเพื่อขับเคลื่อนชุมชนอย่างยั่งยืน
(Driving Human Capital and Management Innovation for sustainable community)

พันธกิจ

- พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพทางวิชาการและวิชาชีพ เชื้อสายดี มีวินัย ใฝ่ปัญญา และจิตสาธารณะ
- สร้างนวัตกรรมจัดการเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์
- ขับเคลื่อนชุมชนเพื่อความยั่งยืนบนพื้นฐานพหุวัฒนธรรม โดยใช้การวิจัยและบริการวิชาการ

ค่านิยมองค์กร

P = Professionalism

- ใฝ่รู้ เสาะหาวิชา สร้างปัญญาสังคม
- ถูกต้อง มีมาตรฐาน รวดเร็ว
- มุ่งมั่น ทดมเท มีจิตสาธารณะ
- มุ่งเน้นผู้เรียน

S = Social Responsibility: ความรับผิดชอบต่อสังคม

- เป็นที่พึ่งแก่ชุมชนและสังคม
- บ่มเพาะบัณฑิตให้เป็นคนดี มีจิตสำนึกสาธารณะและรับผิดชอบต่อสังคม

U = Unity: ความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียว

- มีความรับผิดชอบต่อร่วมกันในการทำงานด้วยความเต็มใจ เสียสละ อดทน เพื่อผลักดันให้องค์กรไปสู่จุดหมายที่ตั้งไว้

M = Modern Management: การบริหารจัดการด้วยเครื่องมือสมัยใหม่พัฒนางานระบบงานโดยใช้เทคโนโลยี

วัฒนธรรมองค์กร

ประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง (Our Soul is for the Benefit of Mankind)

สมรรถนะหลัก

- Community Insight & Engagement
- Modern Management & Creativity For Community

ยุทธศาสตร์

แผนพัฒนาคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ พ.ศ. 2564 – 2567 กำหนดยุทธศาสตร์ไว้ 4 ด้าน ดังนี้

พันธกิจที่ 1 : พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพทางวิชาการและวิชาชีพ เชื้อสตัย มีวินัย ใฝ่ปัญญา และจิตสาธารณะ

ยุทธศาสตร์ที่ 1

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

1.1 การผลิตบัณฑิต

เป้าประสงค์: บัณฑิตมีความเข้มแข็งทางวิชาการและวิชาชีพ ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานสากล

KPI₁ = จำนวนบัณฑิตที่เข้าสู่ตลาดงานสากล

KPI₂ = จำนวนรางวัลที่นักศึกษาได้รับในระดับชาติ/นานาชาติ

KPI₃ = ค่าเฉลี่ยรายได้ของบัณฑิต

KPI₄ = ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนายจ้าง/ผู้ใช้บัณฑิต

กลยุทธ์

1. พัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรเพื่อเพิ่มศักยภาพของบัณฑิตตามเป้าหมาย (หลักสูตรใหม่, หลักสูตรเชิงบูรณาการระหว่างศาสตร์, Community Based)
2. พัฒนาคุณภาพบัณฑิตโดยการมีส่วนร่วมทั้งภายในและภายนอกของคณะ (การแข่งขันทางวิชาการ, การพัฒนาสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้)
3. สร้างความร่วมมือ เครือข่ายวิชาการ (มหาวิทยาลัย, สถานประกอบการ (ฝึกงาน/สหกิจ), หน่วยงานภายในและต่างประเทศ (ราชการ, เอกชน))

1.2 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผู้ใฝ่รู้

เป้าประสงค์: พัฒนาผู้ใฝ่รู้ให้มีความทักษะทางวิชาการ เพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต

KPI₅ = จำนวนโครงการ/หลักสูตรเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผู้ใฝ่รู้

กลยุทธ์

1. สร้างหลักสูตร Short Course, Re-Skill, Up-Skill

พันธกิจที่ 2 : สร้างนวัตกรรมการจัดการเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ ยุทธศาสตร์ที่ 2

วิจัยและนวัตกรรมที่นำไปใช้ประโยชน์

เป้าประสงค์: ผลิตรายงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เพื่อพัฒนาชุมชนและสังคมให้เติบโตอย่างเข้มแข็งและพึ่งตนเองได้

KPI₆ = สัดส่วนเงินทุนวิจัยจากภายนอกต่อคน

KPI₇ = สัดส่วนงานวิจัยผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ที่ได้รับการเผยแพร่ในฐานข้อมูลระดับชาติ
/นานาชาติต่อคน

KPI₈ = ร้อยละของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์/ผลงานตามพันธกิจเพื่อสังคมที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อคน

กลยุทธ์

1. พัฒนางานวิจัยและสร้างนวัตกรรมทางการจัดการ
2. ส่งเสริมการผลิตงานวิจัย นวัตกรรม
(การบูรณาการระหว่างศาสตร์, การให้รางวัล, พัฒนาระบบการสนับสนุนการผลิตงานวิจัย)
3. การผลิตงานวิจัยเพื่อเผยแพร่ (ตีพิมพ์)
4. การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์
(นโยบาย สาธารณะ พาณิชย์ พื้นที่ วิชาการ (Citation), การพัฒนาระบบการส่งเสริมงานวิจัย
นำไปใช้ประโยชน์)

พันธกิจที่ 3 : ขับเคลื่อนชุมชนเพื่อความยั่งยืนบนพื้นฐานพหุวัฒนธรรม โดยใช้การวิจัยและ บริการวิชาการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3

การให้วิจัยและบริการวิชาการที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน

เป้าประสงค์: ให้บริการวิชาการที่สอดคล้องกับศักยภาพของคณะฯ เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน
และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

KPI₉ = จำนวนโครงการเชิงพื้นที่/เชิงบูรณาการที่บรรลุตามวัตถุประสงค์

KPI₁₀ = จำนวนผู้ได้รับประโยชน์จากโครงการและได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี

KPI₁₁ = มูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

(การจัดโครงการบริการวิชาการ พร้อมจัดระบบการจัดเก็บข้อมูลหลังการให้บริการ
(จัดแบบสอบถาม)

มูลค่า = ค่าเฉลี่ยของร้อยละรายได้ชุมชนที่เพิ่มขึ้น (เพิ่มรายได้/ลดต้นทุน/หนี้สินลดลง))

กลยุทธ์

1. พัฒนาโครงการที่สามารถขับเคลื่อนชุมชนอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 4

การบริหารคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

เป้าประสงค์: พัฒนาบุคลากรภายในคณะให้มีความเชี่ยวชาญ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเพิ่มรายได้

KPI_{12} = ร้อยละของผู้ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ

KPI_{13} = ระดับความผูกพันของบุคลากร

KPI_{14} = จำนวนรายได้จากการให้บริการวิชาการ

KPI_{15} = ร้อยละของนักศึกษาที่รับเข้าเมื่อเทียบกับแผน

กลยุทธ์

1. การพัฒนาบุคลากร (อัตรากำลัง, แผนพัฒนาบุคลากร, การเข้าสู่ตำแหน่ง, การพัฒนาคุณวุฒิ การศึกษา, สวัสดิการ, ความผูกพันองค์กร)
2. การหารายได้ (การรับนักศึกษาตามแผน, การบริการวิชาการเพื่อหารายได้)
3. สร้างความเป็นนานาชาติ (การสร้างสภาวะแวดล้อม)
4. การสื่อสารองค์กร, การจัดการข้อร้องเรียน (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)
5. การดูแลศิษย์เก่า

ภาคผนวก

1. การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ของคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

จุดแข็ง (S: Strengths) 1. การจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นทฤษฎี ร่วมกับการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work Integrated Learning : WiL) และการจัดการเรียนการสอนแบบเชิงรุก (Active Learning) ที่สามารถนำไปต่อยอดได้ 2. บัณฑิตและมหาบัณฑิตมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ตลอดชีวิต 3. บัณฑิตและมหาบัณฑิต มีความรู้และความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการทางธุรกิจ การร่วมมือและเครือข่ายกับภาคธุรกิจ ภาครัฐ สถานศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ 4. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความสอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ในกลุ่มที่ 4 ด้านการพัฒนาดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตออฟติง 5. หลักสูตรที่เปิดสอนมีหลักสูตรวิชาชีพ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน 6. หลักสูตรภาษาอังกฤษธุรกิจ ที่จัดการเรียนการสอนแบบ 3 + 1 โดยกำหนดให้นักศึกษาในหลักสูตรทุกคนไปศึกษาในต่างประเทศเป็นเวลา 1 ปี 7. หลักสูตรการประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง เป็นหลักสูตรเดียวที่จัดการเรียนการสอนในภาคใต้ 8. อาจารย์มีความรู้ความสามารถโดดเด่นเฉพาะด้าน 9. คณะมีหน่วยวิจัย (Research Unit) เพื่อขับเคลื่อนนโยบายการสร้างนักวิจัย และสร้างความเข้มแข็งทางด้านวิจัย	จุดอ่อน (W: Weaknesses) 1. จำนวนอาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการมีน้อย (ร้อยละ 22.22) 2. จำนวนอาจารย์ที่มีคุณวุฒิปริญญาเอกมีน้อย (ร้อยละ 54.32) 3. จำนวนอาจารย์ที่มีคุณสมบัติพร้อมที่จะเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรมีน้อย 4. จำนวนผลงานวิชาการที่เผยแพร่ในระดับนานาชาติ ยังอยู่ในระดับน้อย เมื่อเทียบกับสัดส่วนอาจารย์ทั้งหมด 5. จำนวนอาจารย์ที่ได้รับทุนวิจัยจากแหล่งภายนอก และการวิจัยเชิงบูรณาการยังน้อย 6. คณะฯ ไม่มีหลักสูตรนานาชาติ 7. คณะไม่มีศูนย์/ หน่วยบริการวิชาการประจำคณะฯ เพื่อการขับเคลื่อนทางด้านบริการวิชาการโดยตรง 8. ระบบการสื่อสารภายในองค์กร ยังไม่มีประสิทธิภาพ 9. ระบบเทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนการสอนมีจำนวนน้อยและไม่ทันสมัย
โอกาส (O: Opportunities) 1. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นที่ยอมรับเป็นอันดับหนึ่งของภูมิภาค และยังอยู่ในระดับต้น ๆ ของ	ภัยคุกคาม (T: Threats) 1. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความซ้ำซ้อนหรือใกล้เคียงกันเปิดสอนในหลาย ๆ มหาวิทยาลัย

ประเทศ 2. คณะฯ เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากนักเรียนในพื้นที่จังหวัดตรังและพื้นที่ใกล้เคียง 3. การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ (MOU) กับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ 4. ชุมชนและหน่วยงานภายนอก ต้องการที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละศาสตร์ของพาณิชย์ 5. งบประมาณการจัดสรรจากรัฐบาลเป็นแบบงบประมาณการ หรือเชิงพื้นที่ 6. การเรียนรู้ผ่านช่องทาง online / การสร้าง Platform ใหม่ ๆ ผ่านเครือข่ายดิจิทัล 7. การศึกษาทางเลือก, การเรียนรู้ตลอดชีวิต 8. เครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการด้านสหกิจศึกษา 9. การปรับปรุงหลักสูตรให้มีระยะเวลาในการศึกษาไม่เกิน 3 ปี เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	2. วิทยาเขตอื่นๆ ภายในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เปิดสอนในหลักสูตรที่มีความใกล้เคียงกับหลักสูตรของคณะฯ 3. ปัญหาเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการเข้าศึกษาของนักศึกษา 4. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรศาสตร์และการเป็นสังคมสูงวัยของประเทศไทย ทำให้จำนวนนักเรียนลดลง 5. โครงสร้างการบริหารจัดการแบบรวมศูนย์ของวิทยาเขตสร้างขาดประสิทธิภาพ 6. ไม่มีบุคลากรสายสนับสนุนที่สังกัดคณะ ส่งผลให้การขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาคณะยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก 7. การเห็นคุณค่าในใบปริญญาอันน้อยลงหรือการเปลี่ยนแปลงค่านิยมต่อการศึกษา 8. การเรียนรู้ที่หลากหลายผ่านช่องทาง Online และเทคโนโลยีจากสถาบันต่างๆทั้งในและต่างประเทศ ทำให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น
---	---

2. การวิเคราะห์วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objective)

Strategic Advantages : ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์	Strategic Challenges : ความท้าทายเชิงกลยุทธ์
SA1 ความมีชื่อเสียงและองค์ความรู้ทุกด้านของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	SC1 การจัดการศึกษาในยุคที่จำนวนนักศึกษาเข้าสู่ระบบการศึกษาระดับอุดมศึกษาลดลง รวมถึงค่านิยมและทัศนคติของคนรุ่นใหม่
SA2 เครือข่ายความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งสถานประกอบการชั้นนำภายในประเทศ	SC2 คู่แข่งทั้งทางตรง (คณะด้านพาณิชย์ศาสตร์และการจัดการของ ม.อื่น) และทางอ้อม (Online Degree) รวมถึง Corporate Academy
SA3 เครือข่ายด้านการวิจัยและบริการวิชาการในระดับชาติและนานาชาติ	SC3 การสร้างรายได้เพื่อพึ่งพาตนเองจากการผลิตงานวิจัย นวัตกรรม และบริการวิชาการ
SA4 การจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางด้วยหลักการ WIL	SC4 การพัฒนาหลักสูตรเพื่อ Life Long Learning (Reskill, Upskill)
SA5 อาจารย์มีคุณวุฒิ และประสบการณ์ที่มีความหลากหลายครอบคลุม Future Skill	SC5 การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงานภายใต้การบริหารจัดการแบบรวมศูนย์ของวิทยาเขต

SA6 เครือข่ายชุมชนที่มีความใกล้ชิดและเข้มแข็ง สนับสนุนการวิจัยและบริการวิชาการ	SC6 การยกระดับความทุ่มเท และสร้างความผูกพันของบุคลากร
SA7 คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการมีสถานที่ เทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบปฏิบัติการที่สนับสนุนให้คณาจารย์จัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการบูรณาการในด้านต่าง ๆ ร่วมกันกับนักศึกษาได้อย่างคล่องตัว	SC7 การพัฒนางานวิจัย นวัตกรรม และบริการวิชาการเพื่อสนองความต้องการของชุมชน
SA8 มีทำเลที่ตั้งอยู่ในภาคพื้นอันตามันที่มีความอุดมสมบูรณ์ในด้านเศรษฐกิจ สังคมโดยรวม	SC8 หลักสูตรได้รับการรับรองการประกันคุณภาพ และการจัดการเรียนการสอนตามเกณฑ์มาตรฐานระดับสากล (AUN QA)
SA9 ความต้องการที่เพิ่มขึ้นด้านบัญชีและการพาณิชย์	SC9 หลักสูตรจัดการเรียนการสอน และพัฒนา นักศึกษา โดยออกแบบภายใต้แนวคิดการมุ่งเน้น กระบวนการเรียนรู้ โดยส่งเสริมให้ผู้เรียนประยุกต์ใช้ ทักษะศตวรรษที่ 21 ที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางโดยให้ผู้เรียนได้คิดและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติในทุก กิจกรรม (Active Learning)
SA10 ความร่วมมือกับสถานประกอบการชั้นนำทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อรองรับการฝึกปฏิบัติงานและสหกิจศึกษาสำหรับนักศึกษา	SC10 อาจารย์ประจำหลักสูตร/อาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตร มีคุณวุฒิตามเกณฑ์ที่ อว. กำหนด
SA11 การพัฒนางานวิจัยที่มีการบูรณาการข้ามศาสตร์	SC11 การส่งเสริมและร่วมพัฒนานักศึกษาไปสู่เวทีการแข่งขันระดับชาติและนานาชาติเพิ่มขึ้น
	SC12 การพัฒนางานวิจัยเพื่อสนองความต้องการของชุมชน โดยการบริการวิชาการทั้งแบบมีรายได้และแบบให้เปล่า
	SC13 การสร้างความร่วมมือระหว่างคณะและหลักสูตรสู่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อร่วมสร้างชุมชนเข้มแข็ง และยั่งยืน
	SC14 การส่งเสริมให้คณาจารย์เพิ่มจำนวนโครงการบริการวิชาการแบบมีรายได้ เพื่อทดแทนจำนวนนักศึกษาที่ลดลง
Core Competency : สมรรถนะหลัก	

CC1 Community Insight & Engagement	
CC2 Modern Management & Creativity for Community	

- สัมภาษณ์ผู้ประกอบการภายนอก

ผู้ประกอบการภายนอก	สถาบันการศึกษา	ภาครัฐ/องค์กรอื่นๆ	อาจารย์	ผู้เรียน/ศิษย์เก่า
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) - บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) - บริษัท ศรีตรังแอโกร อินดัสทรี จำกัด (มหาชน) จังหวัดตรัง - บริษัท ยูนิวานิชน้ำมัน ปาล์ม จำกัด (มหาชน) จังหวัดกระบี่ - บริษัท ธรรมนิติ จำกัด (มหาชน) - บริษัท สำนักงานอวิวาย จำกัด - โรงแรมกะตะ รีออสส์ - โรงแรมเซนทารา แกรนด์ บีช - โรงแรมตรีสุรา - โรงแรมเอาร์ทริกเกอร์ ลาгу นำ ภูเก็ต บีช รีสอร์ท	- คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล - มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย - มหาวิทยาลัย รามคำแหง - สถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์	- สำนักงานอุตสาหกรรม จังหวัดตรัง - ผู้ว่าราชการจังหวัดตรัง - สภาหอการค้าจังหวัด ตรัง - สภาอุตสาหกรรม จังหวัดตรัง	- อาจารย์ประจำ หลักสูตร - อาจารย์ผู้สอน ในหลักสูตร	- นักศึกษาที่กำลังจะ เข้าศึกษา - นักศึกษาปัจจุบัน - ศิษย์เก่า

3. การวิเคราะห์โอกาสเชิงกลยุทธ์ (Strategic Opportunities)

Strategic Opportunities (SOp)	S: Strengths	O: Opportunities	SA/SC/CC
SOp1 บัณฑิตมีความเข้มแข็งทางวิชาการและวิชาชีพ ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	1. การจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นทฤษฎี ร่วมกับการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work Integrated Learning : WiL) และการจัดการเรียนการสอนแบบเชิงรุก (Active Learning) ที่สามารถนำไปต่อยอดได้ 2. บัณฑิตและมหาบัณฑิตมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ตลอดชีวิต 3. บัณฑิตและมหาบัณฑิต มีความรู้และความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการบริหารจัดการทางธุรกิจ การร่วมมือและเครือข่ายกับภาคธุรกิจ ภาครัฐ สถานศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ 4. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความสอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ในกลุ่มที่ 4 ด้านการพัฒนาดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต ออฟดิง 5. หลักสูตรที่เปิดสอนมีหลักสูตรวิชาชีพ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน 6. หลักสูตรภาษาอังกฤษธุรกิจ ที่จัดการเรียนการสอนแบบ 3 + 1 โดยกำหนดให้นักศึกษาในหลักสูตรทุกคนไปศึกษาใน	1. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นที่ยอมรับเป็นอันดับหนึ่งของภูมิภาค และยังอยู่ในระดับต้นๆของประเทศ 3. การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ (MOU) กับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ 8. เครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการด้านสหกิจศึกษา 9. การปรับปรุงหลักสูตรให้มีระยะเวลาในการศึกษา ไม่เกิน 3 ปี เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	SA1 SA2 SA4 SA5 SC1 SC2 CC2

	ต่างประเทศเป็นเวลา 1 ปี 7. หลักสูตรการประกันภัย และการจัดการความเสี่ยง เป็นหลักสูตรเดียวที่จัดการ เรียนการสอนในภาคใต้		
SOp2 Life Long Learner (Reskill, Upskill)	4. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความ สอดคล้องกับนโยบายประเทศ ไทย 4.0 ในกลุ่มที่ 4 ด้านการ พัฒนาดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต ออฟติง	6. การเรียนรู้ผ่านช่องทาง online / การสร้าง Platform ใหม่ ๆ ผ่านเครือข่ายดิจิทัล 7. การศึกษาทางเลือก, การ เรียนรู้ตลอดชีวิต 9. การปรับปรุงหลักสูตรให้มี ระยะเวลาในการศึกษา ไม่เกิน 3 ปี เพื่ อ ร อ ง ร ับ ก า ร เปลี่ยนแปลงในอนาคต	SA1 SA2 SA4 SA5 SC1 SC2 SC4 CC2

4. การวิเคราะห์ TOWS Matrix

- กลยุทธ์ SO ใช้จุดแข็งเสริมโอกาสเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด

Strengths (S)	Opportunities (O)	กลยุทธ์ SO
1. การจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นทฤษฎี ร่วมกับการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work Integrated Learning : WiL) และการจัดการเรียนการสอนแบบเชิงรุก (Active Learning) ที่สามารถนำไปต่อยอดได้ 2. บัณฑิตและมหาบัณฑิตมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ตลอดชีวิต 3. บัณฑิตและมหาบัณฑิต มีความรู้และความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการทางธุรกิจ การร่วมมือและเครือข่ายกับภาคธุรกิจ ภาครัฐ สถานศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ	6. การเรียนรู้ผ่านช่องทาง online / การสร้าง Platform ใหม่ ๆ ผ่านเครือข่ายดิจิทัล 7. การศึกษาทางเลือก, การเรียนรู้ตลอดชีวิต	SO₁ เสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านการผลิตบัณฑิต การพัฒนาบุคคลทุกช่วงวัย โดยใช้โอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning)
8. อาจารย์มีความรู้ความสามารถโดดเด่นเฉพาะด้าน 9. คณะมีหน่วยวิจัย (Research Unit) เพื่อขับเคลื่อนนโยบายการสร้างนักวิจัย และสร้างความเข้มแข็งทางด้านวิจัย	1. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นที่ยอมรับเป็นอันดับหนึ่งของภูมิภาค และยังอยู่ในระดับต้น ๆ ของประเทศ 3. การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ (MOU) กับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ 4. ชุมชนและหน่วยงานภายนอก ต้องการที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละศาสตร์ของพาณิชย์ 5. งบประมาณการจัดสรรจากรัฐบาลเป็นแบบบูรณาการ หรือเชิงพื้นที่	SO₂ เพิ่มโอกาสจากเครือข่ายความร่วมมือ/การบูรณาการเชิงพื้นที่ ในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการศึกษา ในด้านการเรียนการสอน การวิจัย บริการวิชาการ โดยใช้ศักยภาพของบุคลากรและทรัพยากรในคณะ

Strengths (S)	Opportunities (O)	กลยุทธ์ SO
4. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความสอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ในกลุ่มที่ 4 ด้านการพัฒนาดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตออฟติง 5. หลักสูตรที่เปิดสอนมีหลักสูตรวิชาชีพ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน 6. หลักสูตรภาษาอังกฤษธุรกิจ ที่จัดการเรียนการสอนแบบ 3 + 1 โดยกำหนดให้นักศึกษาในหลักสูตรทุกคนไปศึกษาในต่างประเทศเป็นเวลา 1 ปี 7. หลักสูตรการประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง เป็นหลักสูตรเดียวที่จัดการเรียนการสอนในภาคใต้	2. คณะฯ เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากนักเรียนในพื้นที่จังหวัดตรังและพื้นที่ใกล้เคียง 9. การปรับปรุงหลักสูตรให้มีระยะเวลาในการศึกษา ไม่เกิน 3 ปี เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	SO₃ การพัฒนาหลักสูตรให้มีระยะเวลาในการศึกษาที่สั้นลงตอบสนองความต้องการของผู้เรียนมากขึ้น

- กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST): ใช้จุดแข็งเพื่อป้องกัน, แก้ไข, หรือจัดการกับอุปสรรค

Strengths (S)	Threats (T)	กลยุทธ์ ST
4. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความสอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ในกลุ่มที่ 4 ด้านการพัฒนาดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตออฟติง 5. หลักสูตรที่เปิดสอนมีหลักสูตรวิชาชีพ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน 6. หลักสูตรภาษาอังกฤษธุรกิจ ที่จัดการเรียนการสอนแบบ 3 + 1 โดยกำหนดให้นักศึกษาในหลักสูตรทุกคนไปศึกษาในต่างประเทศเป็นเวลา 1 ปี	1. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความซ้ำซ้อนหรือใกล้เคียงกันเปิดสอนในหลาย ๆ มหาวิทยาลัย 3. ปัญหาเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการเข้าศึกษาของนักศึกษา 4. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรศาสตร์และการเป็นสังคมสูงวัยของประเทศไทย ทำให้จำนวนนักเรียนลดลง 7. การเห็นคุณค่าในใบปริญญาน้อยลงหรือการเปลี่ยนแปลงค่านิยมต่อการศึกษา	ST₁ พัฒนาหลักสูตรที่มีความหลากหลายทันสมัยตอบสนองความต้องการของสังคม สามารถแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่นได้

Strengths (S)	Threats (T)	กลยุทธ์ ST
7. หลักสูตรการประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง เป็นหลักสูตรเดียวที่จัดการเรียนการสอนในภาคใต้	8. การเรียนรู้ที่หลากหลายผ่านช่องทาง Online และเทคโนโลยีจากสถาบันต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น	
	5. โครงสร้างการบริหารจัดการแบบรวมศูนย์ของวิทยาเขตตรัง ขาดประสิทธิภาพ 6. ไม่มีบุคลากรสายสนับสนุนที่สังกัดคณะ ส่งผลให้การขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาคณะยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก	ST ₂ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารของคณะ ให้มีความยืดหยุ่น สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
1. การจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นทฤษฎี ร่วมกับการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (Work Integrated Learning : WiL) และการจัดการเรียนการสอนแบบเชิงรุก (Active Learning) ที่สามารถนำไปต่อยอดได้ 2. บัณฑิตและมหาบัณฑิตมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ตลอดชีวิต 3. บัณฑิตและมหาบัณฑิต มีความรู้และความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการทางธุรกิจ การร่วมมือและเครือข่ายกับภาคธุรกิจ ภาครัฐ สถานศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ 8. อาจารย์มีความรู้ความสามารถโดดเด่นเฉพาะด้าน	2. วิทยาเขตอื่นๆ ภายในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เปิดสอนในหลักสูตรที่มีความใกล้เคียงกับหลักสูตรของคณะฯ	ST ₃ การพัฒนาคุณภาพบัณฑิต ให้มีความเข้มแข็งทางวิชาการ เน้นการปฏิบัติงานจริง ที่สามารถแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่นได้

- กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO): ใช้โอกาสในการแก้ไขหรือกลบจุดอ่อนที่มี

Weaknesses (W)	Opportunities (O)	กลยุทธ์ WO
4. จำนวนผลงานวิชาการที่เผยแพร่ในระดับนานาชาติ ยังอยู่ในระดับน้อย เมื่อเทียบกับสัดส่วนอาจารย์ทั้งหมด 5. จำนวนอาจารย์ที่ได้รับทุนวิจัยจากแหล่งภายนอก และการวิจัยเชิงบูรณาการยังน้อย	1. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นที่ยอมรับเป็นอันดับหนึ่งของภูมิภาค และยังอยู่ในระดับต้น ๆ ของประเทศ 3. การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ (MOU) กับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ 5. งบประมาณการจัดสรรจากรัฐบาลเป็นแบบบูรณาการ หรือเชิงพื้นที่ 4. ชุมชนและหน่วยงานภายนอก ต้องการที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละศาสตร์ของพาณิชย์ 8. เครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการด้านสหกิจศึกษา	WO₁ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อสร้างความร่วมมือทางด้านการศึกษา วิจัย และบริการวิชาการ เช่น การเสนอของบประมาณโดยการบูรณาการงานวิจัยเชิงพื้นที่, การทำวิจัย/บริการวิชาการ ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนและสังคม
6. คณะฯ ไม่มีหลักสูตรนานาชาติ 9. ระบบเทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนการสอนมีจำนวนน้อยและไม่ทันสมัย	2. คณะฯ เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากนักเรียนในพื้นที่จังหวัดตรังและพื้นที่ใกล้เคียง 6. การเรียนรู้ผ่านช่องทาง online / การสร้าง Platform ใหม่ ๆ ผ่านเครือข่ายดิจิทัล 7. การศึกษาทางเลือก, การเรียนรู้ตลอดชีวิต 9. การปรับปรุงหลักสูตรให้มีระยะเวลาในการศึกษา ไม่เกิน 3 ปี เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต	WO₂ การพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน และการเรียนรู้ตลอดชีวิต เช่น การออกแบบหลักสูตร Non-Degree / Micro Credentials/ Modular Education

Weaknesses (W)	Opportunities (O)	กลยุทธ์ WO
7. คณะไม่มีศูนย์/ หน่วยบริการวิชาการประจำคณะฯ เพื่อการขับเคลื่อนทางด้านบริการวิชาการโดยตรง		WO ₃ จัดตั้งศูนย์บริการวิชาการประจำคณะ เพื่อขับเคลื่อนงานทางด้านบริการวิชาการ

- กลยุทธ์เชิงรับ (WT): หาวิธีการเสริมจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค

Weaknesses (W)	Threats (T)	กลยุทธ์ WT
6. คณะฯ ไม่มีหลักสูตรนานาชาติ	1. หลักสูตรที่เปิดสอนมีความซ้ำซ้อนหรือใกล้เคียงกันเปิดสอนในหลาย ๆ มหาวิทยาลัย 2. วิ ท ย า เ ช ต อ อื่น ๆ ภาย ใน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เปิดสอนในหลักสูตรที่มีความใกล้เคียงกับหลักสูตรของคณะฯ	WT ₁ การปรับปรุง/พัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัย และมีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่น เช่น การเปิดสอนหลักสูตรนานาชาติ หรือหลักสูตรเฉพาะทาง
9. ระบบเทคโนโลยีสนับสนุนการเรียนการสอนมีจำนวนน้อยและไม่ทันสมัย	3. ปัญหาเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการเข้าศึกษาของนักศึกษา 4. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรศาสตร์และการเป็นสังคมสูงวัยของประเทศไทย ทำให้จำนวนนักเรียนลดลง 7. การเห็นคุณค่าในใบปริญญาน้อยลง หรือการเปลี่ยนแปลงค่านิยมต่อการศึกษา 8. การเรียนรู้ที่หลากหลายผ่านช่องทาง Online และเทคโนโลยีจากสถาบันต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น	WT ₂ การพัฒนาระบบสนับสนุนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดการเรียนการสอนผ่านช่องทาง Online

Weaknesses (W)	Threats (T)	กลยุทธ์ WT
1. จำนวนอาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการมีน้อย (ร้อยละ 22.22) 2. จำนวนอาจารย์ที่มีคุณวุฒิปริญญาเอกมีน้อย (ร้อยละ 54.32) 3. จำนวนอาจารย์ที่มีคุณสมบัติพร้อมที่จะเป็นอาจารย์ประจำหลักสูตรมีน้อย	6. ไม่มีบุคลากรสายสนับสนุนที่สังกัดคณะ ส่งผลให้การขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาคณะยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก	WT₃ การส่งเสริมให้อาจารย์มีตำแหน่งทางวิชาการ WT₄ การพัฒนา/สร้างกระบวนการเปลี่ยนผู้สอน/บุคลากรสายสนับสนุน เป็น Enablers เพื่อรองรับ Transformative Education
8. ระบบการสื่อสารภายในองค์กร ยังไม่มีประสิทธิภาพ	5. โครงสร้างการบริหารจัดการแบบรวมศูนย์ของวิทยาเขตตรัง ขาดประสิทธิภาพ	WT₅ การสร้างระบบการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การสื่อสารภายในองค์กร ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

สังเคราะห์ยุทธศาสตร์ที่มาจาก SWOT

กลยุทธ์ SO	กลยุทธ์ ST	กลยุทธ์ WO	กลยุทธ์ WT	ยุทธศาสตร์
SO₁ เสริมสร้างความแข็งแกร่งด้านการการผลิตบัณฑิต การพัฒนาบุคคลทุกช่วงวัย โดยใช้โอกาสการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) SO₂ เพิ่มโอกาสจากเครือข่ายความร่วมมือ/การบูรณาการเชิงพื้นที่ ในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการศึกษา ในด้านการเรียนการสอน การวิจัย บริการวิชาการ โดยใช้ศักยภาพของบุคลากรและทรัพยากรในคณะ SO₃ การพัฒนาหลักสูตรให้มีระยะเวลาในการศึกษาที่สั้นลง ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนมากขึ้น	ST₁ พัฒนาหลักสูตรที่มีความหลากหลายทันสมัยตอบสนองความต้องการของสังคม สามารถแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่นได้ ST₂ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารของคณะ ให้มีความยืดหยุ่น สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ST₃ การพัฒนาคุณภาพบัณฑิต ให้มีความเข้มแข็งทางวิชาการ เน้นการปฏิบัติงานจริง ที่สามารถแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่นได้	WO₁ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เพื่อสร้างความร่วมมือทางด้านการศึกษา วิจัย และบริการ วิชาการ เช่น การเสนอของบประมาณโดยการบูรณาการงานวิจัยเชิงพื้นที่, การทำวิจัย/บริการวิชาการ ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนและสังคม WO₂ การพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เช่น การออกแบบหลักสูตร Non-Degree / Micro Credentials/ Modular Education WO₃ จัดตั้งศูนย์บริการวิชาการประจำคณะ เพื่อขับเคลื่อนงาน	WT₁ การปรับปรุง/พัฒนาหลักสูตรให้มีความทันสมัย และมีความโดดเด่นแตกต่างจากที่อื่น เช่น การเปิดสอนหลักสูตรนานาชาติ หรือหลักสูตรเฉพาะทาง WT₂ การพัฒนาระบบสนับสนุนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดการเรียนการสอนผ่านช่องทาง Online WT₃ การส่งเสริมให้อาจารย์มีตำแหน่งทางวิชาการ WT₄ การพัฒนา/สร้างกระบวนการเปลี่ยนผู้สอน/บุคลากรสายสนับสนุนเป็น Enablers เพื่อรองรับ Transformative Education	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 วิจัยและนวัตกรรมที่นำไปใช้ประโยชน์ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การให้วิจัยและบริการวิชาการที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

กลยุทธ์ SO	กลยุทธ์ ST	กลยุทธ์ WO	กลยุทธ์ WT	ยุทธศาสตร์
		ทางด้านบริการวิชาการ	WT ₅ การสร้างระบบการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การสื่อสารภายในองค์กรทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ	

5. การวิเคราะห์ Generation

Generation	Opportunities	Threats
Baby boomer (55 ปีขึ้นไป)	- มีความต้องการใช้เทคโนโลยี - มีกำลังทรัพย์ที่ต้องการเรียนรู้	- การเข้าถึงข้อมูล รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่
Gen X (40–54 ปี)	- การ Up-skill, Re-skill	- พื้นที่ตั้งของวิทยาเขต อยู่ในภูมิภาค
Gen Y (23–39 ปี)	- มีความต้องการการศึกษาในระดับสูงขึ้น เช่น การศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา - หลักสูตรการพัฒนาเฉพาะ เช่น หลักสูตรหลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-degree), หลักสูตรการพัฒนาธุรกิจ	- หลักสูตรที่เปิดสอน มีความคล้ายเคียงกันในหลายมหาวิทยาลัย
Gen Z (10–22 ปี)	- หลักสูตรประกาศนียบัตร (Non-degree) - การเรียนสะสมหน่วยการเรียนรู้ (Academic Credit Bank : Credit Bank)	- ขาดเงินทุนในการศึกษาเล่าเรียน เนื่องจากผู้เรียนอยู่ใญ่วัยกำลังศึกษา
Gen Alpha (อายุน้อยกว่า 10 ปี)	- ความสนใจในการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ	- ขาดหลักสูตรที่ตอบโจทย์ผู้เรียนในกลุ่มอายุน้อย