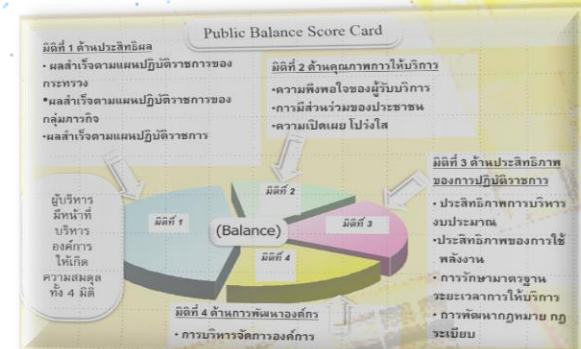
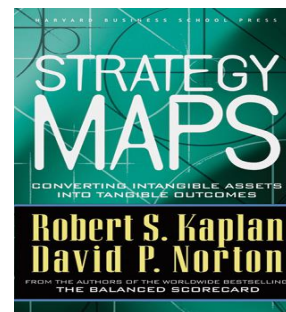


Human Capital Development Centre

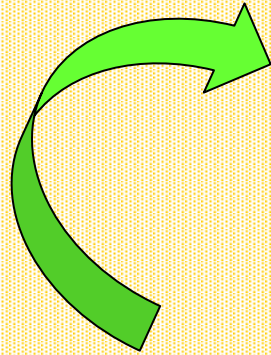
[illegible][illegible]

แผนงานปี ๖๐๖๖-๖๐๖๗ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	วิสัยทัศน์ Vision
ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	พันธกิจ Mission
ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาระบบการบริการลูกค้า	กลยุทธ์ Strategic Issues
ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาระบบการดำเนินงาน	โครงสร้าง Goal
ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การพัฒนาระบบการดำเนินงาน	ตัวชี้วัด Key Performance Indicators
ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การพัฒนาระบบการดำเนินงาน	เป้าหมาย Target
ยุทธศาสตร์ที่ ๖ การพัฒนาระบบการดำเนินงาน	กลยุทธ์ Strategy
ยุทธศาสตร์ที่ ๗ การพัฒนาระบบการดำเนินงาน	แผนปฏิบัติการ Action Plan

กำหนดกลยุทธ์ โดยให้หลักการ TOWS Matrix			
กำหนดขึ้นบนบรรทัด SWOT Analysis		Prepared by Knowledge Power	
ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (Strength = S) ทรัพยากรจุดแข็ง จำนวน 5-10 ประเด็น	จุดอ่อน (Weakness = W) ทรัพยากรจุดอ่อน จำนวน 5-10 ประเด็น	
	โอกาส (Opportunities = O) ระบุโอกาส จำนวน 5-10 ประเด็น	ภัยคุกคาม (Threats = T) ระบุภัยคุกคาม จำนวน 5-10 ประเด็น	
ปัจจัยภายนอก	SO Strategies กำหนดกลยุทธ์ในข้อนี้ โดยให้จุดแข็งไปประสานกับ โอกาสจากภายนอก	WO Strategies กำหนดกลยุทธ์ในข้อนี้ โดยให้โอกาสจากภายนอก มาปิดจุดอ่อน	
	ST Strategies กำหนดกลยุทธ์ในข้อนี้ โดยให้จุดแข็งไประดมหลัก อุปสรรค	WT Strategies กำหนดกลยุทธ์ในข้อนี้ ในการระดมวิธีจุดอ่อน และหาหนทางหลีกเลี่ยง	

พรภัทร อินทรวรพัฒน์

แนวโน้มทางเศรษฐกิจโลกดีกว่า
คาดการณ์ในเดือนมิถุนายน 63
แต่ยังถดถอยลงเมื่อเทียบกับปี
62 โดยเฉพาะไทย ปี 2563
เศรษฐกิจถดถอยถึง 7.1% (โลก -
4.4%) แม้ในปี 2564 คาดว่าจะ
กลับมาเติบโต 4% (โลก 5.2%/
กลุ่มเดียวกัน 8%) แต่เมื่อเทียบกับ
ปี 62 ยังติดลบราว 3.1%



WORLD ECONOMIC OUTLOOK UPDATE JUNE 2020 GROWTH PROJECTIONS

A Crisis Like No Other, An Uncertain Recovery



A Long and Difficult Ascent

IMF.org #WEO

WORLD ECONOMIC OUTLOOK A GROWTH PROJECTIONS

The COVID-19 health crisis will have a severe impact on e



INTERNATIONAL MONETARY FUND

IMF.org #WEO

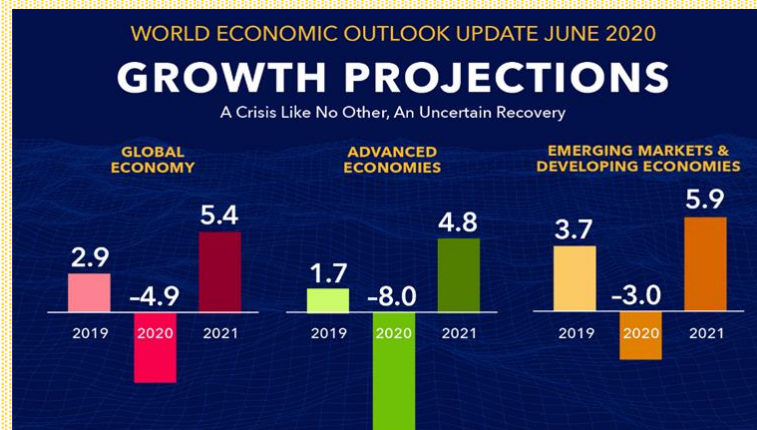
ร่วมไปกับสถานการณ์เงิน
ฝืด (Deflation) สะท้อนถึง
การลดลงของอำนาจซื้อของ
ประชาชนไทย (และโลก ซึ่ง
ส่งผลให้การส่งออกปี 64
อาจไม่ฟื้นตัวได้ดีเท่าปี 62
เช่นกัน)

แม้ว่าปี 64 จะดีขึ้นแต่ดัชนี
ราคาผู้บริโภคก็เติบโตเพียง
1.8% ต่ำกว่าเป้าหมายเงิน
เฟ้อ (Inflation Target) ของ
ธนาคารแห่งประเทศไทย

ภาพที่ 2 อัตราการเจริญเติบโตของอุปสงค์รวมโลกที่แท้จริง (World Real Gross Domestic Product (World Output)) ในปี ค.ศ. 2019 และค่าคาดการณ์ในปี ค.ศ. 2020 และ 2021 จำแนกตามกลุ่มประเทศ

ที่มา: International Monetary Fund (2020)

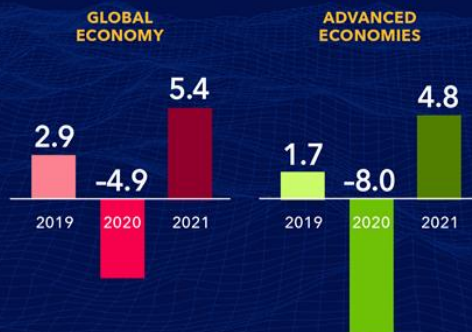
จุดเปลี่ยนอยู่ที่การระบาดของ Covid-19 รอบ 2 จะนำไปสู่ การ Lockdown ของไทยหรือไม่ และ ยาวนานเท่าใด Sector ที่ได้รับ ผลกระทบอย่างการท่องเที่ยวทั้งห่วงโซ่ อุปทาน จะเกิดความเสียหายเดือนละ 2.5 แสนล้านบาท (Worst Case) หรือราว 1 ใน 5 ของ GDP ซึ่งอาจ ส่งผลให้เศรษฐกิจไทย ปี 64 อาจไม่ปรับตัวเป็นบวกเลยก็เป็นได้



WORLD ECONOMIC OUTLOOK UPDATE JUNE 2020

GROWTH PROJECTIONS

A Crisis Like No Other, An Uncertain Recovery



A Long and Difficult Ascent



INTERNATIONAL MONETARY FUND

IMF.org #WEO

IMF.org/social

Source: IMF, World Economic Outlook, October 2020.

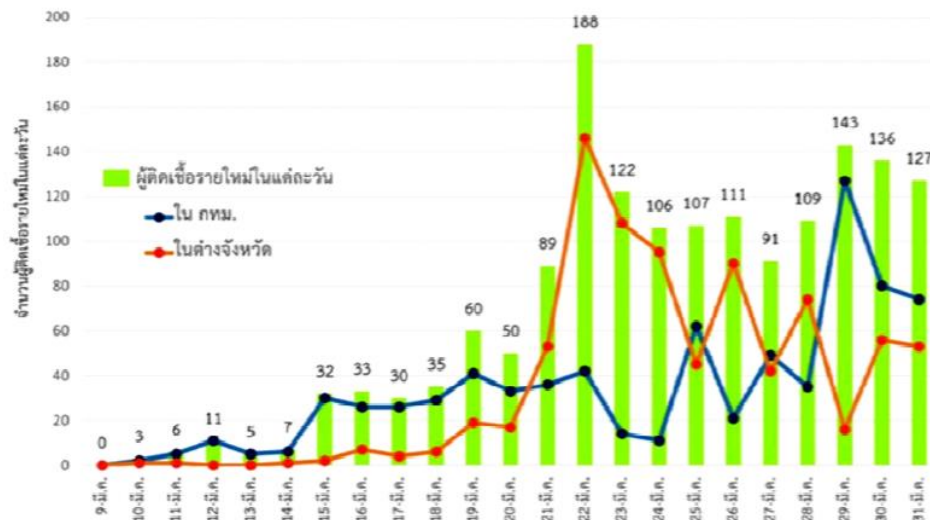
Note: Order of bars for each group indicates (left to right): 2019, 2020 projections, and 2021 projections.



เครื่องยนต์หลักของเศรษฐกิจไทยคือ การท่องเที่ยว (20% ต่อ GDP) และการส่งออก (70% ต่อ GDP) ซึ่งกำลังได้รับผลกระทบจาก Covid-19

จำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ในแต่ละวัน

(ตั้งแต่วันที่ 9 มีนาคม 2563 ถึงปัจจุบัน)



แหล่งข้อมูล: กรมควบคุมโรค และสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

ศูนย์ปฏิบัติการฉุกเฉินด้านโรคและการ วม. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

การระบาดรอบที่

1

การระบาดรอบที่

2

จำนวน (ราย)



แหล่งข้อมูลและจัดทำโดย : กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

การระบาดรอบที่

3?

ความเสี่ยงที่กระทบห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวไทย

ความมั่นคงของธุรกิจการท่องเที่ยวไทยสั่นคลอน

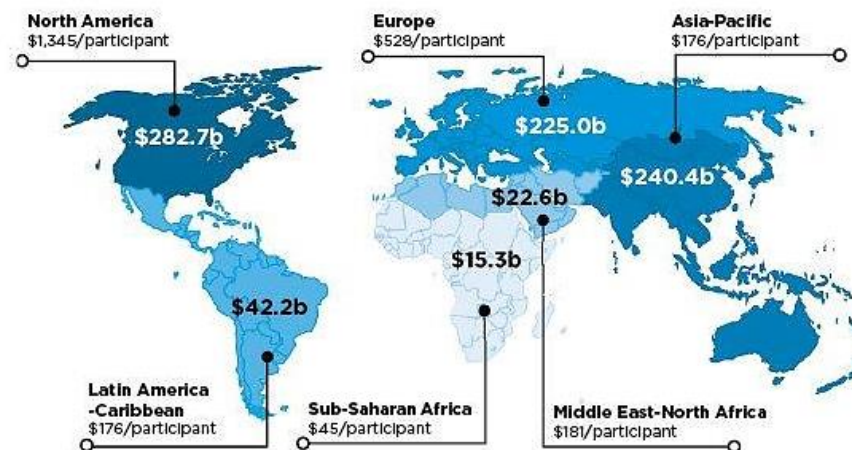


GLOBAL WELLNESS ECONOMY: \$4.5 Trillion Market

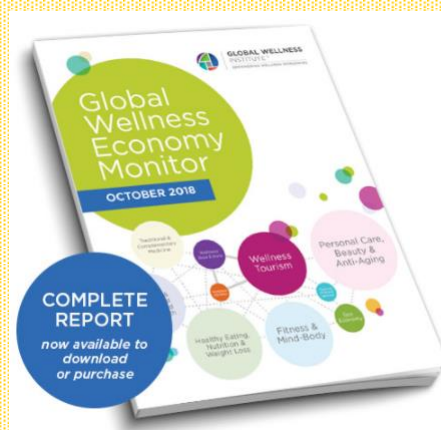


Physical Activity Market by Region, 2018

Expenditures on participation in recreational physical activities and supporting products and services (equipment & supplies, apparel & footwear, technology)

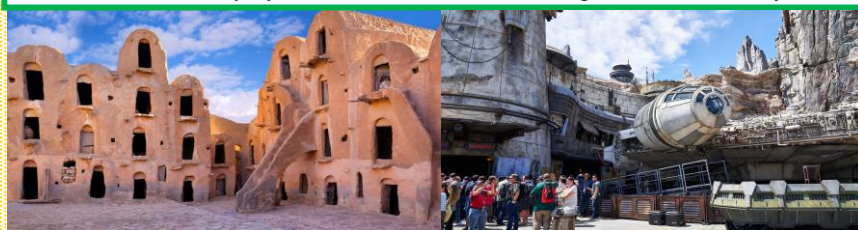


Global: \$828.2b Expenditures (\$306/participant) • 35% Participation Rate



	Projected Market Size (US\$ billions)		Projected Average Annual Growth Rate
	2017	2022	2017-2022
Wellness Real Estate	\$134.3	\$197.4	8.0 %
Workplace Wellness	\$47.5	\$65.6	6.7 %
Wellness Tourism	\$639.4	\$919.4	7.5 %
Spa Facilities	\$93.6	\$127.6	6.4 %
Thermal/Mineral Springs	\$56.2	\$77.1	6.5 %

The slump has turned around somewhat since then. According to Tunis Afrique Presse (TAP), 2018 saw a 19 percent increase in tourism revenue compared to 2017. Today, there are around 8 million annual visitors to Tunisia, the majority of whom visit Star Wars film sets during their time in the country.



Box Office Sales
\$4,277,000,000

DVD Sales
\$3,775,000,000

Video Game Sales
\$2,900,000,000

Book Sales
\$1,820,000,000

Other
\$1,304,000,000

Toy Sales
\$12,000,000,000

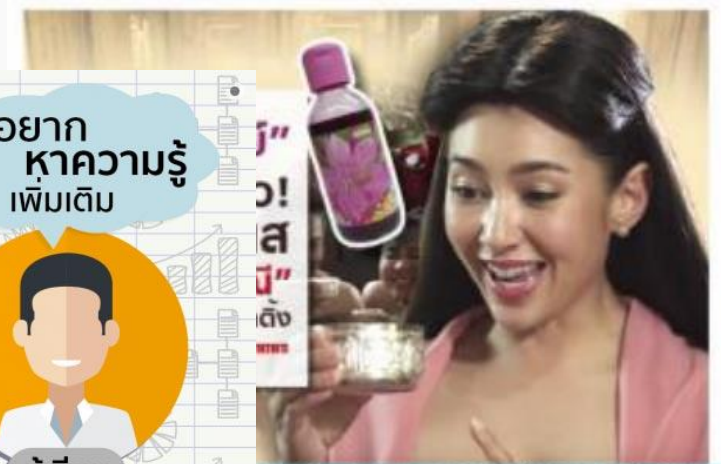
Total Star Wars Franchise Revenue
\$27,000,000,000

STATISTIC BRAIN



ไม่มีอะไรไร้สาระ
ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Soft Power



โอกาสในการสื่อสารและพัฒนา
คนจากเทคโนโลยีดิจิทัล
ที่มีต้นทุนต่ำแต่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น

หน้าหลัก | โฟกัส | ค้นหา | Marketplace | ข่าว | บริการ | ติดต่อ

หน้าหลัก | โฟกัส | ค้นหา | Marketplace | ข่าว | บริการ | ติดต่อ

ข่าวพิเศษเศรษฐกิจ (Economics Literacy) ตอน 1
ความรู้จากเศรษฐกิจ (Economics Literacy) ตอน 1 วิชา
เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
31 กรกฎาคม 2019 - วิว 1,324 วิว

การประยุกต์ใช้ SIPOC ในการวิเคราะห์ SWOT
การประยุกต์ใช้ SIPOC ในการวิเคราะห์ SWOT โดย ดร.พร
คุณิณีเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
17 มกราคม 2019 - วิว 1,010 วิว

การประยุกต์ใช้ SIPOC ในการวิเคราะห์ SWOT part2
การประยุกต์ใช้ SIPOC ในการวิเคราะห์ SWOT part2 โดย ดร.พร
คุณิณีเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
17 มกราคม 2019 - วิว 813 วิว

189Cafe Business Talk EP.34 ฉบับ Checklist จาก Work Manual โดย ดร.พร
คุณิณีเศรษฐศาสตร์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
3 ธันวาคม 2019 - วิว 1,103 วิว

IDP ในงานประจำที่ผู้ปฏิบัติงาน
IDP ในงานประจำที่ผู้ปฏิบัติงาน โดย
12 ธันวาคม 2019 - วิว 1,838 วิว

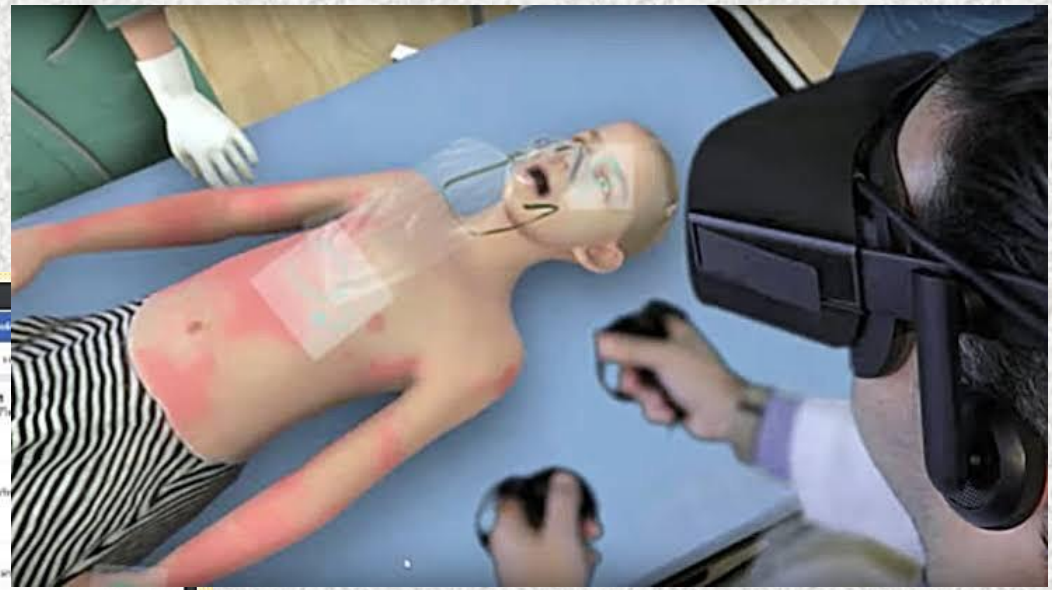
ปรับเปลี่ยนไปสู่ Individual KM

ตอนที่ 1 ตอน 1 4.3 นวัตกรรม Macro Economics 2: เศรษฐศาสตร์ทาง 2 ด้านการเชื่อมโยง
(Exchange rate and purchasing power parity) (Purchasing Power Parity: PPP...
17 ธันวาคม 2019 - วิว 40 วิว

ตอนที่ 1 ตอน 1 4.1 นวัตกรรม Macro Economics 2: เศรษฐศาสตร์ทาง 2 ด้านการเชื่อมโยง
(Exchange rate and purchasing power parity) (Purchasing Power Parity: PPP...
17 ธันวาคม 2019 - วิว 40 วิว

ตอนที่ 1 ตอน 1 4.4 นวัตกรรม Macro Economics 2: เศรษฐศาสตร์ทาง 2 ด้านการเชื่อมโยง
(Exchange rate and purchasing power parity) (Purchasing Power Parity: PPP...
17 ธันวาคม 2019 - วิว 40 วิว

ตอนที่ 1 ตอน 1 4.2 นวัตกรรม Macro Economics 2: เศรษฐศาสตร์ทาง 2 ด้านการเชื่อมโยง
(Exchange rate and purchasing power parity) (Purchasing Power Parity: PPP...
17 ธันวาคม 2019 - วิว 40 วิว



Discover
Greece

Visit

Athens Greece - 8K 3D 360° VR Guided Virtual Travel | Relaxation in Oculus Quest 2

Athens Greece - 8K 3D 360° VR Guided Virtual Travel | Relaxation in Oculus Quest 2



3:28 / 8:12



magnificent the columns the
ratios everything with symmetry

here we see the mediterranean sea take a look
around and watch the waves lap against the shore

6:11 / 8:12

Culture

DISCOVER GREECE

The sacred rock
of the Acropolis

Open Experience

Boat Trips

DISCOVER GREECE

A boat trip to Shipwreck
beach in Zakynthos

Open Experience

เทคนิคการสร้างสรรค์และต่อยอดงาน จากการฝึกอบรมแบบ Public Training



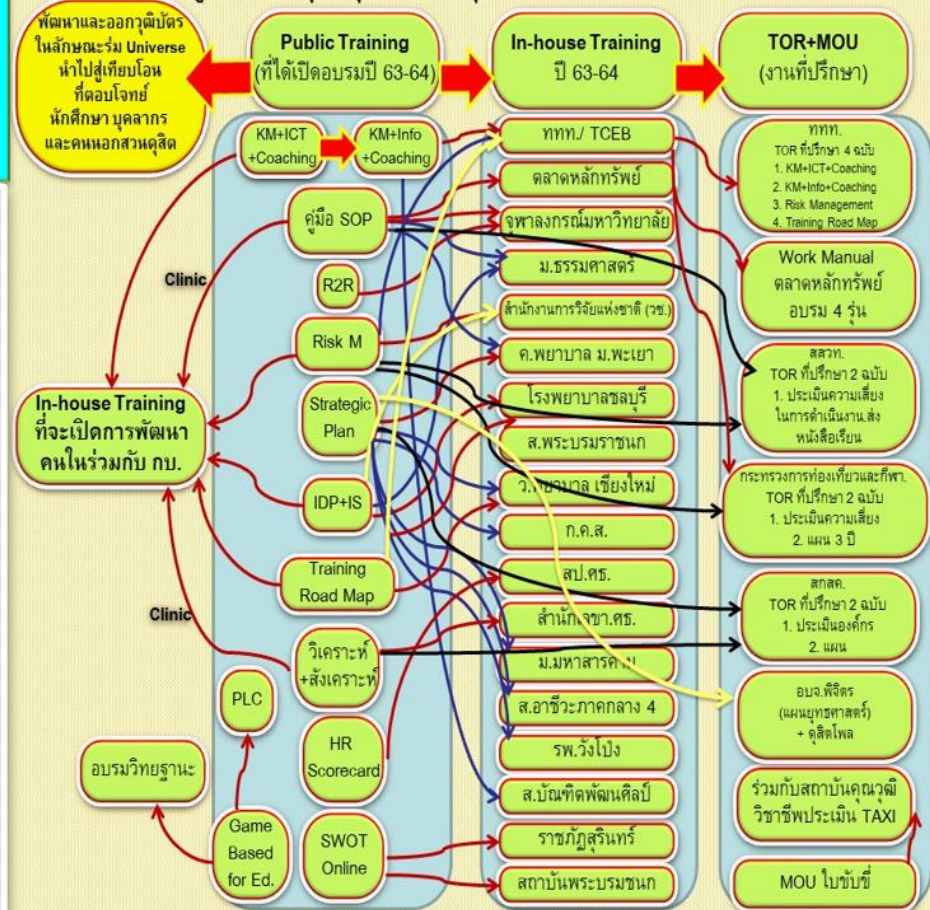
Knowledge Management (KM)

ในการดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบัน โดยเฉพาะองค์กรที่เกี่ยวข้อง
กับการหารายได้ จะพบว่า การสร้างสรรค์ งานใหม่ หรือ ต่อยอดงาน
เป็นเรื่องสำคัญยิ่ง เพื่อให้องค์กรมีงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งจาก
การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาทุนมนุษย์ในปี 63 - 64 ได้พบเทคนิค
ที่จะสร้างสรรค์และต่อยอดงานที่น่าสนใจ โดยมีเทคนิคสำคัญดังนี้

องค์กรควรสร้างคอนเนกชั่น โดยการให้ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ผ่าน
การอบรมแบบ **Public Training** (อบรมไม่จำกัดหน่วยงาน) กับหน่วยงานภายนอกและ
ภายใน เพื่อองค์ความรู้และวิทยาการต้องเชี่ยวชาญ ทำให้ผู้เข้าฟังเคารพในความรู้ขององค์กร
ที่จัด เน้นเนื้อหา (Content) ที่วิทยาการเคยผ่านการปฏิบัติมาจริง มีซีมีแค่การนำเสนอ
ทฤษฎี แม้บางหลักสูตรอาจทำรายได้ แต่ถ้าทำไปโดยไม่เชี่ยวชาญ ไม่เกิดคุณภาพ จะไม่
ยั่งยืน เพราะเมื่อผู้ฟังเชื่อมั่นจะเริ่มขอรับบริการแบบ **In-house** (อบรมเฉพาะคนใน
หน่วยงานเดียวกัน) เนื่องจากบุคลากรที่เป็นตัวแทนของหน่วยงานที่มาอบรม Public
Training มักจะมาสังเกตความสามารถของวิทยาการ (แมวมอง) และศักยภาพในการบริการ
ว่าครบวงจรหรือไม่ ทั้งการ Workshop หรือ การเปลี่ยนไปสู่การอบรมออนไลน์ เพื่อให้ไป
จัดอบรมแบบ In-house และเป็นการเปิดตัวไปสู่การได้มาซึ่งสัญญาจ้าง (TOR) และ
ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ต่อไป ดังนั้นการจัดทำหลักสูตรอบรมระยะสั้น จึงต้อง
ออกแบบให้เนื้อหาตรงกับความต้องการของผู้เข้ารับการอบรม (หรือองค์กร) ทันสมัย
ทันเวลา อยู่ในโลกจริง เน้นให้ Case Study เสมือนผู้ฟังได้ไปศึกษาดูงาน เน้นปฏิบัติให้ได้
Output เมื่อต้นกลับไปแล้วเสร็จอบรม ที่สำคัญควรมองการสร้างสรรค์หลักสูตรที่ต่อยอด
ในลักษณะของซีรีย์ มีเนื้อหาต่อกันในลักษณะระดมของเนื้อหาความรู้ (Knowledge
Universe) ที่นำหลักสูตรต่างๆ มารวมกันได้ ยังเปิดโอกาสให้คนติดตามและสนใจ
ซึ่งอาจปรับไปเป็นหลักสูตรเทียบโอนที่มีผู้รับบริการติดตามมาจากการอบรมรูปแบบเดิม
การมีฐานผู้รับบริการเช่นนี้ ยิ่งเพิ่มโอกาสไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานเป็นอย่างมาก
อย่างไรก็ตามทุกอย่างจะไม่สำเร็จถ้าการให้ความรู้ไม่อยู่ในโลกความเป็นจริง

การเคลื่อนย้ายของงานและเชื่อมโยง Knowledge Universe ใหม่

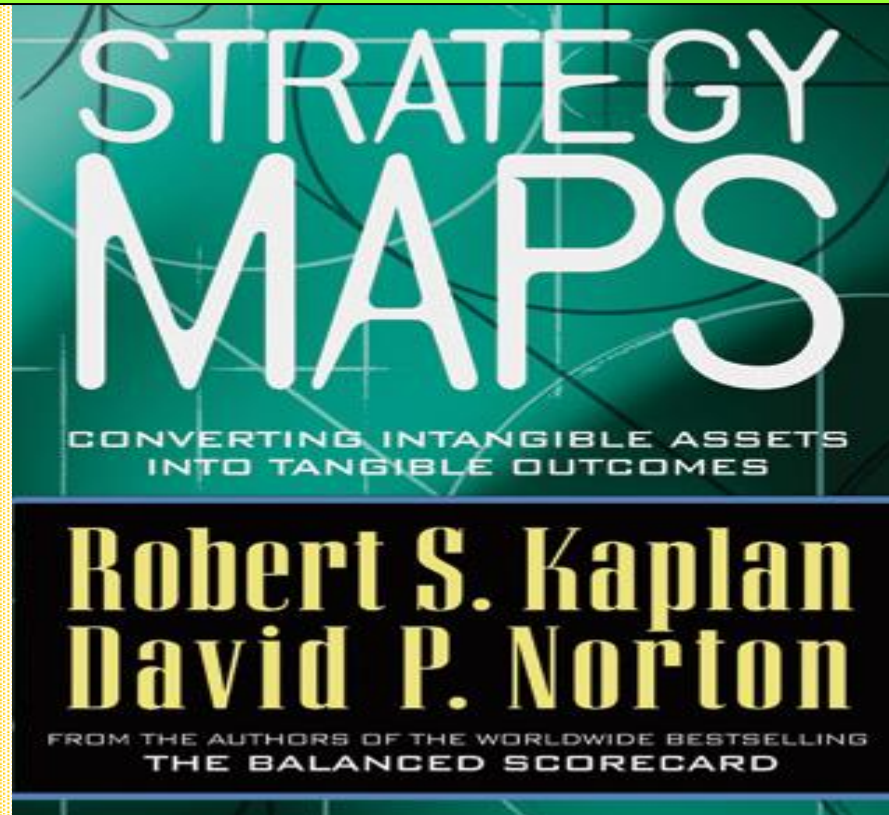
ศูนย์พัฒนาทุนมนุษย์ ม.สวนดุสิต (กรณีงบประมาณ 63-64)



แนวคิดในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์

Balance Score card Theory

The first balanced scorecard was created by Art Schneiderman (an independent consultant on the management of processes) in 1987

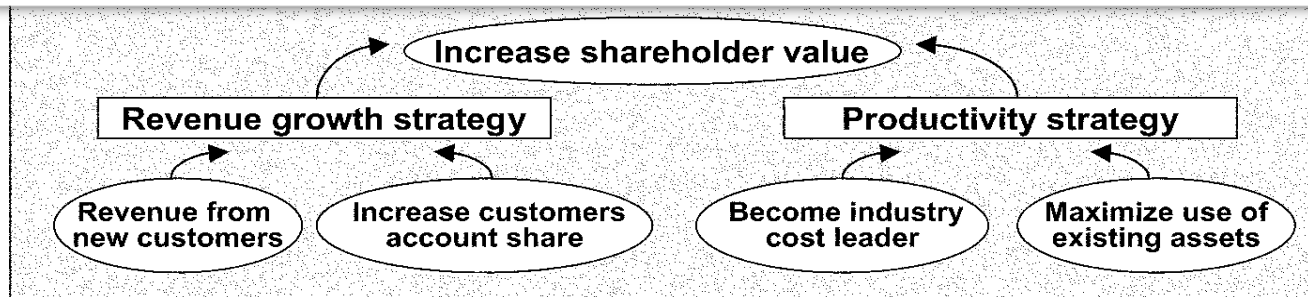


The **balanced scorecard (BSC)** is a strategic performance management tool (http://en.wikipedia.org/wiki/Balanced_scorecard)

Balance Score card Theory

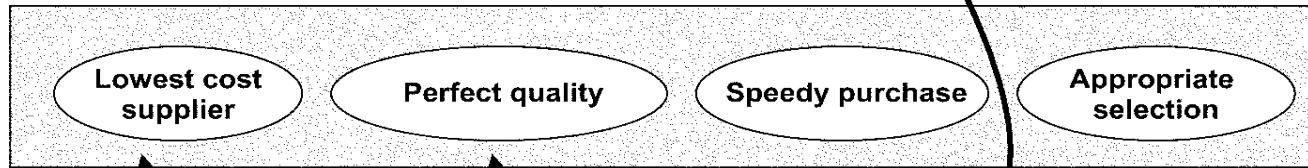
Kaplan and Norton (1996-2008)

Financial perspective:
the drivers of
shareholder
value



"Offer products and services that are consistent, timely and low cost"

Customer perspective:
the
differentiating
value proposition



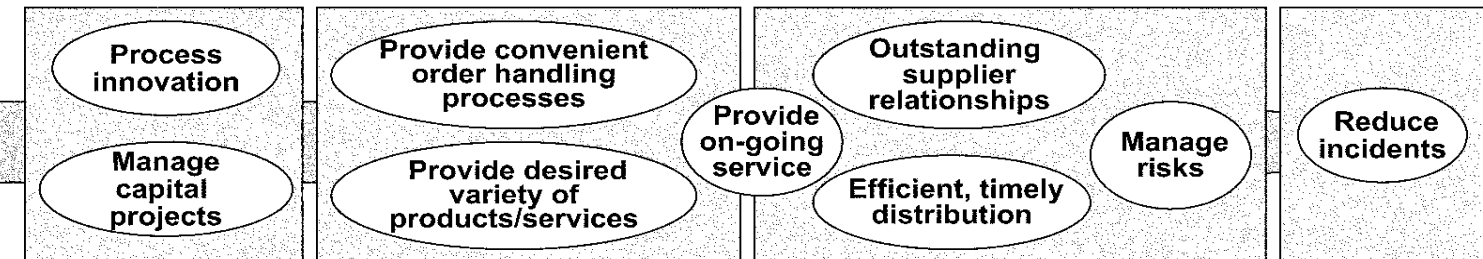
Innovate

Customer relationships

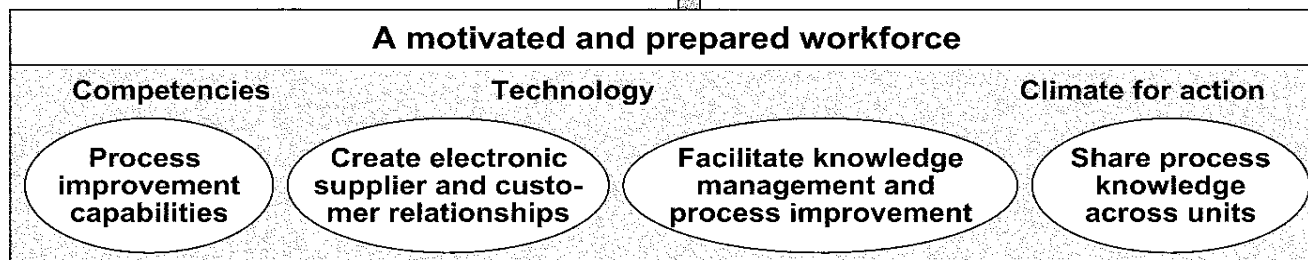
Operations

Good neighbor

Internal perspective:
how value is
created and
sustained



Learning/growth perspective:
role of intangible
assets: people,
systems, culture



Public Balance Score Card

มิติที่ 1 ด้านประสิทธิผล

- ผลสำเร็จตามแผนปฏิบัติราชการของกระทรวง
- ผลสำเร็จตามแผนปฏิบัติราชการของกลุ่มภารกิจ
- ผลสำเร็จตามแผนปฏิบัติราชการ

มิติที่ 2 ด้านคุณภาพการให้บริการ

- ความพึงพอใจของผู้รับบริการ
- การมีส่วนร่วมของประชาชน
- ความเปิดเผย โปร่งใส

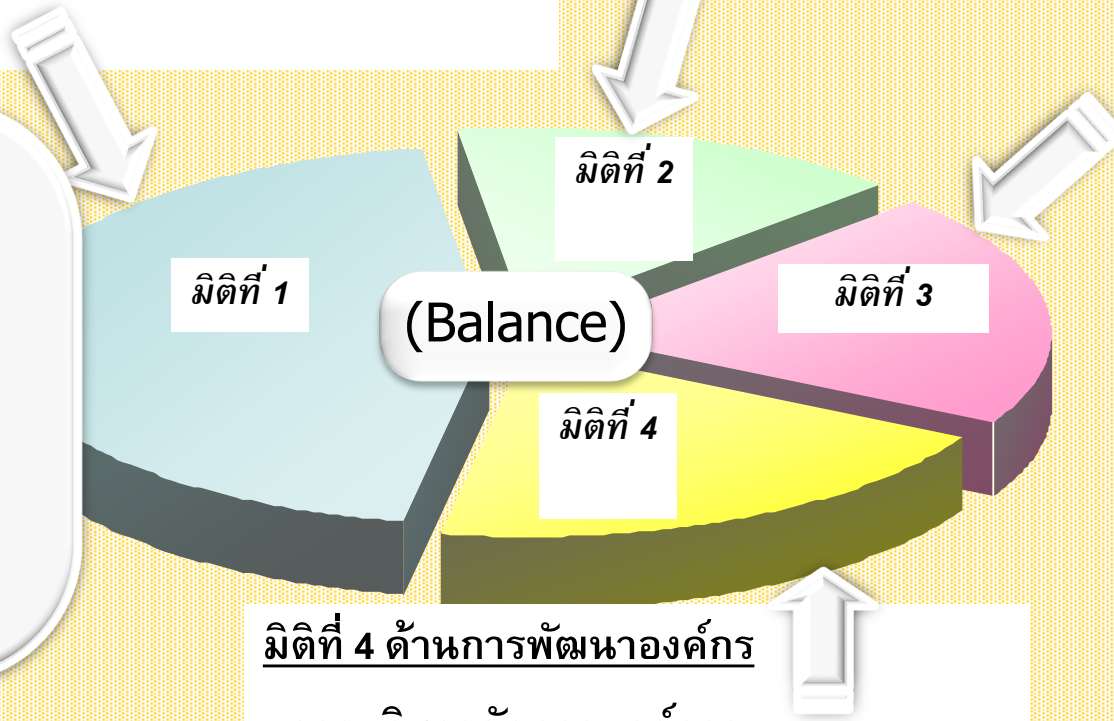
มิติที่ 3 ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ

- ประสิทธิภาพการบริหารงบประมาณ
- ประสิทธิภาพของการใช้พลังงาน
- การรักษามาตรฐานระยะเวลาการให้บริการ
- การพัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ

มิติที่ 4 ด้านการพัฒนาองค์กร

- การบริหารจัดการองค์กร

ผู้บริหาร
มีหน้าที่
บริหาร
องค์กร
ให้เกิด
ความสมดุล
ทั้ง 4 มิติ



**การบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์
(Result Base Management: RBM)
และ OKRs (Objective Key Result)**



Averett 2025

Vision: Averett University will be a model for partnership and innovation in learning, assuring our graduates will be highly competitive in the workplace and creative and agile leaders in their fields.

	Innovative Partnerships	Enrollment Growth & Visibility	Transformational Learning Experiences	Sustainable Foundations
Student Stakeholders	Innovative opportunities for students & marketplace	Provide relevant programs & flexible learning paths	Deliver high impact, relevant learning experiences	Student-, faculty-, and staff-centered facility development
Financial Resources	Generate \$1M in revenue annually	Increased investment in growth strategies/increased revenue from growth	Invest in innovative student experiences/revenue from retention	Revenue for strategic priority investments
Internal Processes	Re-align University resources for	Agility for maximum market	Optimize pathways from classrooms to	Innovative strategies for pricing and

วิสัยทัศน์

การท่องเที่ยวและกีฬาเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมสู่ความยั่งยืน

คำขยายวิสัยทัศน์

“ในสถานการณ์ของโลกและประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคตที่สามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างฉับพลันได้อยู่เสมอ อีกทั้งยังมีความเสี่ยงในรูปแบบใหม่ที่มีความรุนแรงเชิงผลกระทบมากขึ้นกว่าในอดีตที่ส่งผลต่อมิติการพัฒนาและขับเคลื่อนความเจริญของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศไทยที่เชื่อมต่อกับโลกและภูมิภาคนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและกีฬาทั้งห่วงโซ่อุปทานของมิติการท่องเที่ยวและกีฬาจะต้องยืนหยัดและปรับตัวให้เป็นเครื่องยนต์หลักในการพัฒนาและฟื้นฟูความเจริญเศรษฐกิจที่ถูกทำลายจากการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ ทั้งโอกาสและความเสี่ยง และสามารถกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจในมิติการท่องเที่ยวและกีฬาไปสู่ภาคส่วนเศรษฐกิจอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงต้องมุ่งเน้นการพัฒนาเชิงนวัตกรรม ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งสินค้าและบริการ โมเดลธุรกิจ การบริการ การจัดการองค์กร การตลาด การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาประกอบการด้วยความรับผิดชอบต่อรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรที่ยั่งยืนที่ส่งเสริมผลิตภาพ (Productivity) ในการดำเนินงานของทุกภาคส่วนของห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวและกีฬา มุ่งเน้นการส่งเสริมสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมของมิติการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งนำไปสู่การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนไทย ร่วมไปกับการสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจที่สมดุลและส่งเสริมความยั่งยืนในมิติสังคมและสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย สมดุลกับบริบทและคำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งชุมชนและทุนทางสังคมในพื้นที่ โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นองค์กรหลักที่มีศักยภาพภาพสูง (High Performance Organization) ในการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ บริหารจัดการ ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ และเป็นตัวกลางในการสร้างโอกาสและป้องกันความเสี่ยงที่สามารถปฏิบัติงานเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬา ขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้ฐานของการจัดการความรู้ การวิจัยและข้อมูลสารสนเทศเชิงประจักษ์ที่นำไปสู่การสร้างปัญญา (Wisdom) ในฐานะของผู้นำการพัฒนาในมิติการท่องเที่ยวและกีฬาให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายของการพัฒนาประเทศไทยไปสู่ความยั่งยืน”

ปัจจัยเสี่ยง
(Risk Factor: RF)

บริษัท A
ทำธุรกิจบริหารจัดการฝึกอบรม (มีต้นทุน 24 ล้านบาท/ ปี)

เป้าประสงค์
(ผลลัพธ์ที่ต้องการ)

บริษัท A มีจำนวนเงินรายได้/ ปี เท่ากับ 30 ล้านบาท

ตัวชี้วัด
Key Risk Indicator
(KRI)

จำนวนเงินรายได้/ ปีของบริษัท A
เป็นไปตามเป้าหมาย (30 ล้านบาท)

Trigger point
ต่ำกว่า 24 ล.บ.

เป้าหมาย

Target (ที่หวัง) = 30
** Risk Tolerance = 24

** Risk Appetite = 27

ความสำเร็จ

กลยุทธ์
(วิธีการ)

จัดฝึกอบรมออนไลน์ (On-line) เพื่อลดความเสี่ยง
ที่สูญเสียไปจากการอบรมในสถานที่

Risk man.

การประยุกต์ใช้การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ในการบริหารองค์กร

โอกาสเกิดการระบาดของไวรัสโควิด-19
ในรอบปีนี้ยังมีโอกาสเกิดสูง อาจทำให้
จัดฝึกอบรมในสถานที่ (On-site) ไม่ได้
ส่งผลให้บริษัทอาจประสบกับภาวะขาดทุน

Risk

บริษัท A ยังไม่มี
การจัดฝึกอบรม
ออนไลน์ (On-line)
เพื่อลดความเสี่ยง
ที่สูญเสียไปจาก
การอบรมในสถานที่

SWOT

Social/Cultural/Technological
/Economic/Political and Legal Factors

วิเคราะห์ให้เห็นถึงผลกระทบ

External
Factors
เขา

ที่มีบทบาทเป็น **บวก** ก่อเกิดสภาวะแวดล้อม **โอกาส(O)**

ควบคุมไม่ได้

ที่มีบทบาทเป็น **ลบ** ก่อเกิดสภาวะแวดล้อม **ภาวะคุกคาม(T)**

องค์กร???

เรามีสถานะอย่างไร
ถ้ารู้ก็จะรู้วิธีบริหารจัดการ

ที่มีบทบาทเป็น **บวก** ก่อเกิดสภาวะแวดล้อม **จุดแข็ง(S)**

ควบคุมได้

ที่มีบทบาทเป็น **ลบ** ก่อเกิดสภาวะแวดล้อม **จุดอ่อน(W)**

เรา
Internal
Factors

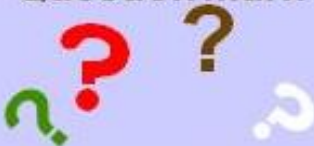
-Structure/ Goods and Service
Management/ Man/ Money /Material

วิเคราะห์ให้เห็นถึงปัจจัยเชิงสาเหตุ

กำหนดกลยุทธ์ โดยใช้หลักการ TOWS Matrix

การประเมินหน่วยงานด้วย SWOT Analysis

Powered by Knowledge Power

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength = S) ระบุรายการจุดแข็ง จำนวน 5-10 ประเด็น	จุดอ่อน (Weakness = W) ระบุรายการจุดอ่อน จำนวน 5-10 ประเด็น
	โอกาส (Opportunities = O) ระบุโอกาส จำนวน 5-10 ประเด็น	WO Strategies Question mark 
อุปสรรค (Threats = T) ระบุรายการอุปสรรค จำนวน 5-10 ประเด็น	ST Strategies Cash cow 	WT Strategies Dog 

กำหนดกลยุทธ์ โดยใช้หลักการ TOWS Matrix

การประเมินหน่วยงาน

S

T Analysis

W

Knowledge Power

ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายนอก

อาจารย์ส่วนใหญ่ของหลักสูตรเป็นยอมรับในแวดวงวิชาชีพของศาสตร์ที่ตนเองเชี่ยวชาญ เช่น เป็นปริญญานิพนธ์ต่างๆ รวมถึง การเป็นวิทยากรทั้งในระดับชาติและนานาชาติ จึงมีการส่งสมความรู้ที่นำไปปฏิบัติได้จริงที่โดดเด่น

หลักสูตรขาดทิศทางการประชาสัมพันธ์ด้วยกลยุทธ์ที่หลากหลาย ทำให้เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางวิชาการในการเป็นแหล่งอ้างอิงทางวิชาการและวิชาชีพ รวมถึงการได้มาซึ่งกระแสนายได้ของหลักสูตรจากจุดแข็งทางวิชาการบุคลากรมีอยู่ในปัจจุบัน

แนวโน้มการพัฒนาของประเทศ โดยเฉพาะองค์กรภาครัฐและเอกชนสมัยใหม่ต้องการเครื่องมือในการพัฒนาองค์กรจากศาสตร์ของหลักสูตรนี้ เพื่อเสริมศักยภาพในการดำเนินงานขององค์กรตามความต้องการที่รวดเร็ว ทันสมัย ทันเวลา จึงมีความต้องการพัฒนาด้วยหลักสูตรระยะสั้นมากขึ้น

1. พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นทางวิชาชีพทางธุรกิจเพื่อลดการพึ่งพางบประมาณแผ่นดินและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีทางวิชาการขององค์กร

1. ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทางวิชาการและวิชาชีพ รวมถึงการสื่อสารทางการตลาดที่ดีของหลักสูตร

ทัศนคติของผู้ปกครองมีมุมมองว่า หลักสูตรนี้ไม่ว่าจะเรียนในมหาวิทยาลัยในก็ไม่แตกต่างกันเนื่องจากไม่ใช่หลักสูตรทางวิชาชีพ เหมือนวิศวกร พยาบาลเป็นต้น จึงไม่มีความจำเป็นที่นักศึกษาต้องส่งเสียให้นักศึกษามาเรียนที่มหาวิทยาลัยนี้ รวมถึงไม่ค่อยเชื่อมั่นว่า การเรียนเรียนในหลักสูตรนี้ นักศึกษาจะมีงานทำแน่นอน

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาได้รับการยอมรับทางวิชาชีพผ่านมาตรฐานวิชาชีพของศาสตร์ในระดับชาติและนานาชาติ
2. พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นในวิชาชีพที่เข้มแข็งในศาสตร์ให้กับนักศึกษา

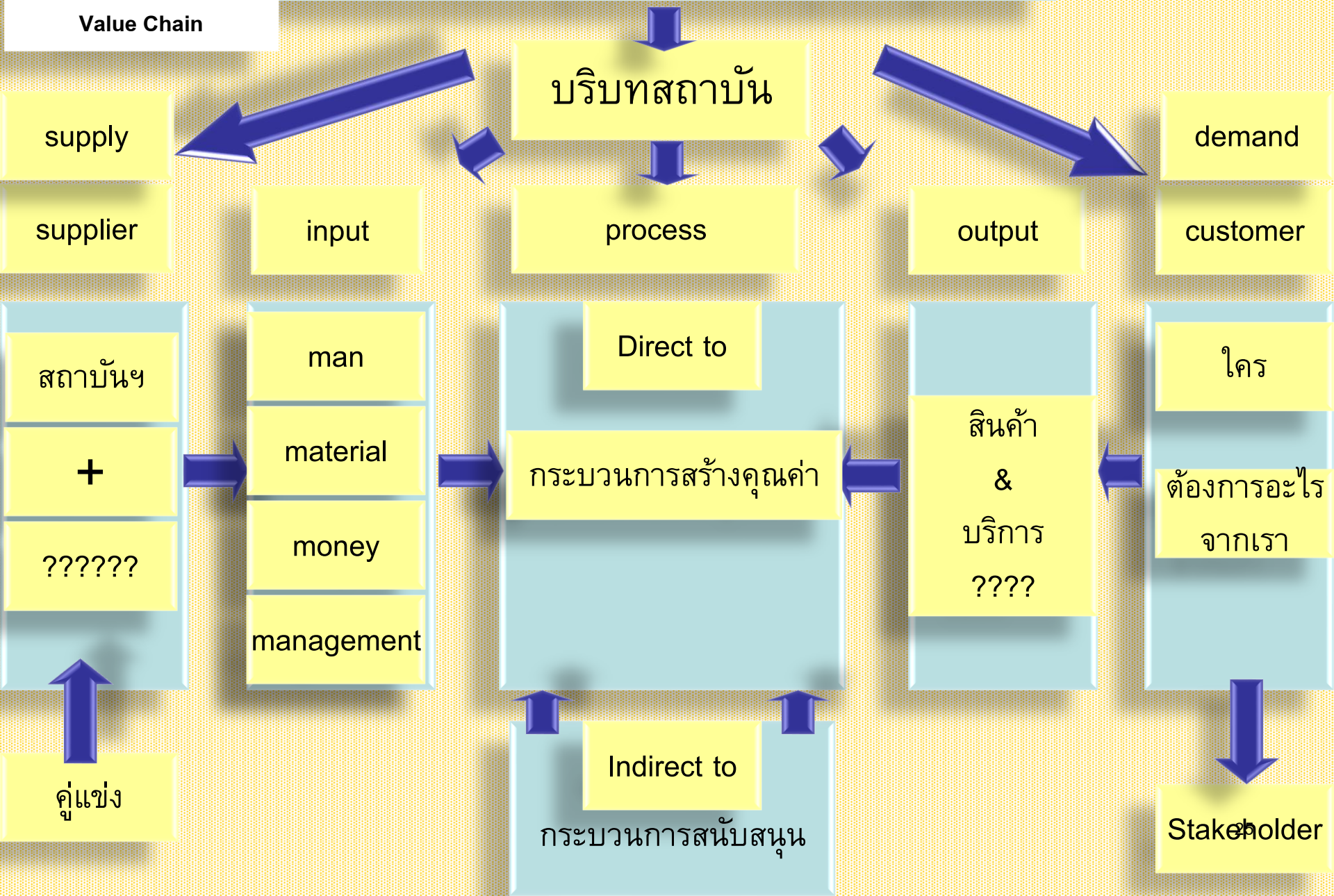
1. วิจัย/สำรวจมาตรฐานวิชาชีพของศาสตร์ในระดับชาติและนานาชาติ และรูปแบบการพัฒนาการศึกษาที่สอดคล้องกับมาตรฐาน
2. วิจัยสำรวจทัศนคติของผู้ปกครอง ชุมชน สังคม ตลาดแรงงานเพื่อนำมาปรับกลยุทธ์การพัฒนาความยั่งยืนของหลักสูตร หรือแนวทางพัฒนา ปรับปรุงอื่นๆ ของหลักสูตรในอนาคต

T

SIPOC TABLE

Value Chain

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ กฎหมาย



SIPOC TABLE

วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ กฎหมาย



การสร้างวิสัยทัศน์(Vision) ประเด็นยุทธศาสตร์(Strategic Issue)
เป้าประสงค์ (Strategy Objectives) และ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน
(Key Performance Indicators)ขององค์กร
ด้วย Gap Analysis

-เก็บข้อมูลเกี่ยวกับภาพอนาคตขององค์กร และจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส
อุปสรรค(SWOT) ขององค์กรภายใต้กรอบพันธกิจ(Mission) ของ
หน่วยงาน

-นำประเด็นที่ได้ เพื่อสรุปประเด็น สร้างแบบสอบถามที่ต้องใช้ ในการ
ประเมิน

ในขั้นตอนการวิเคราะห์ส่วนต่างของประเด็นความต้องการและปัญหา
(Gap Analysis) ในขั้นตอนถัดไป

นำแบบสอบถามเก็บข้อมูลกับบุคลากรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร

1. ประเมินความสำคัญ(Importance)ของประเด็นปัญหาและความต้องการ ที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 และความพึงพอใจในปัจจุบันของหน่วยงาน(Current Status) โดยใช้ระบบการประเมินแบบ Rating Scale
2. ประเมินผลโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต(Mean) ทั้งImportance และ Current Status แล้วัดเฉพาะประเด็นที่มี Mean Importance > Mean Current Status เท่านั้น
3. นำทั้ง 2 ค่าดังกล่าวลบกันเพื่อหาส่วนต่าง (Gap) และเรียงลำดับประเด็นจากประเด็นที่มีส่วนต่างมากไปหาน้อย และเลือกมาเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ขององค์กรโดยประเมินว่าควรจะเป็นจุดแข็งขององค์กร

ประเด็นที่สอบถาม ตัวอย่าง	Importance (ความจำเป็น ,เร่งด่วน)		Current Status (สภาพปัจจุบัน)		ส่วนต่าง (Gap)
1. จัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan) แผนการตลาด (Marketing Plan) และแผนจัดหารายได้ เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจใหม่ รายได้ ลดรายจ่าย ลดการรั่วไหลที่ไม่จำเป็น แสวงหาแหล่งรายได้จากภายนอก	Mean	3.70	Mean	1.70	2.00 (ใช้) อันดับที่ ?
2. พัฒนาประสิทธิภาพของใช้ระบบสารสนเทศ (IT) เพื่อใช้ในการจัดเก็บ และตรวจสอบติดตามทางรายได้	Mean	4.44	Mean	4.00	0.44(ใช้) อันดับที่ ?
3. ส่งเสริมให้บุคลากรศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น เพื่อกลับมาเป็นทุน มนุษย์ในการสร้างสรรค์ Product ขององค์กรในการจัดหารายได้	Mean	5.00	Mean	5.00	0.00 (ไม่)
4. พัฒนาโครงการฝึกอบรมทั้ง Public และ In-house Training ในการ Up and Re-Skills บุคคลภายนอก องค์กร ฯลฯ บนพื้นฐานองค์ความ เชี่ยวชาญของโรงพยาบาล	Mean	5.00	Mean	3.00	2.00 (ใช้) อันดับที่ ?

อันตรภาคชั้นที่ใช้แปลความหมายของค่าเฉลี่ย

- 4.21-5.00 = มากที่สุด
- 3.41-4.20 = มาก
- 2.61-3.40 = พอใช้(ปานกลาง/ไม่แน่ใจ)
- 1.81-2.60 = น้อย
- 1.00-1.80 = น้อยที่สุด

ยุทธศาสตร์

พัฒนาประสิทธิภาพ
การบริหารจัดการองค์กร
ไปสู่องค์กรที่มีศักยภาพสูง
ที่อยู่รอดได้ (High Performance
Organization Based)

ตัวอย่าง

ภาพ
อนาคต

ท้าทาย

เป็นไปได้

Vision?????

จัดทำแผนธุรกิจ (Business Plan)
แผนการตลาด (Marketing Plan)
และแผนจัดหารายได้

พัฒนาโครงการฝึกอบรมทั้ง Public และ In-house Training
ในการ Up and Re-Skills บุคคลภายนอก องค์กร ฯลฯ
บนพื้นฐานองค์ความเชี่ยวชาญของโรงพยาบาล

พัฒนาประสิทธิภาพของใช้ระบบสารสนเทศ (IT)
เพื่อใช้ในการจัดเก็บและตรวจสอบติดตามทางรายได้

ส่งเสริมให้บุคลากรศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น
เพื่อกลับมาเป็นทุนมนุษย์ในการสร้างสรรค์
Product ขององค์กรในการจัดหารายได้

ถาม-ตอบ