

แผนยุทธศาสตร์คณะกรรมการบริการและการท่องเที่ยว ปี 2559-2562

วิสัยทัศน์

เป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำด้านการบริการและการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย
Asia's Education Hub of Hospitality and Tourism

พันธกิจ

ผลิตบัณฑิตที่มีความเป็นเลิศ สร้างสรรค์ผลงานวิจัย และให้บริการวิชาการ ด้านการจัดการบริการและการท่องเที่ยว ระดับสากล บนพื้นฐานของความเป็นไทย

To develop competent graduates, knowledge, research, and academic services in the hospitality and tourism management to meet international standards whilst presenting Thai integrity.

ปณิธาน

ประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง
Resolution our soul is for the benefit of mankind

ค่านิยมร่วม

PRIDE

Professionalism	ประสิทธิภาพมืออาชีพ
Research-oriented	นำประทีปการวิจัย
International Competence	มุ่งก้าวไกลสู่สากล
Diversity	ผสานผสมความแตกต่าง
Ethics	ร่วมใจสร้างคุณธรรม

วัฒนธรรมขององค์กร

เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ ส่งเสริมการมีส่วนร่วม สร้างสรรค์การทำงานเป็นทีม บนพื้นฐานสังคมพหุวัฒนธรรม มีจิตสำนึกสาธารณะ บูรณาการความเป็นไทยสู่ความเป็นสากล

A learning organization with inspiring commitment, teamwork-oriented in multi-cultural diversity, public mindedness, and well integration of Thai and international cultures.

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (Target)			
			2559	2560	2561	2562
21st century Education : จัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21	ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ มีสมรรถนะการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 ในการเข้าสู่ตลาดงานสากล บนพื้นฐานคุณธรรม จริยธรรม ภูมิใจในความเป็นไทยและความเป็นสงขลานครินทร์	1. หลักสูตรผ่านเกณฑ์ สกอ.	100%	100%	100%	100%
		2 ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต	ร้อยละ 85	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90	ร้อยละ 90
		3. ความพึงพอใจของนายจ้าง (คะแนนเต็ม 5)	3.51	3.51	3.51	3.51
		4. คุณวุฒิอาจารย์ที่มีวุฒิปริญญาเอก	ร้อยละ 60	ร้อยละ 60	ร้อยละ 60	ร้อยละ 60
		5. อาจารย์ที่ได้รับการแต่งตั้งตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้น	ปีละ 1 คน	ปีละ 1 คน	ปีละ 1 คน	ปีละ 1 คน
		6.จำนวนโครงการด้านคุณธรรม จริยธรรม	5 โครงการ	5 โครงการ	5 โครงการ	5 โครงการ
		7. ร้อยละของนักศึกษาที่ผ่านการประเมินความสามารถด้านภาษาอังกฤษตามระยะเวลาของหลักสูตร	ร้อยละ 70	ร้อยละ 70	ร้อยละ 75	ร้อยละ 75

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (Target)			
			2559	2560	2561	2562
Innovative Research : สร้างองค์ความรู้ใหม่	ผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพระดับนานาชาติ เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ผ่านงานวิจัยและบัณฑิตศึกษา ที่มีคุณภาพระดับนานาชาติ	1. จำนวนผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในระดับนานาชาติ ที่ได้รับการยอมรับจาก สกอ.	2 เรื่อง	3 เรื่อง	3 เรื่อง	4 เรื่อง
		2. จำนวนงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์	2 เรื่อง	2 เรื่อง	3 เรื่อง	3 เรื่อง
		3. จำนวนเงินทุนวิจัยจากแหล่งภายในและภายนอก	300,000	300,000	300,000	300,000
Asia-Internationalization : ก้าวสู่ความเป็นสากล	พัฒนาคณะสู่การเป็น Education Hub ด้านการบริการและการท่องเที่ยวของเอเชียและเตรียมความพร้อมระบบสนับสนุนการศึกษาให้เป็นสากล	1. จำนวนนักศึกษาต่างชาติ	ปีละ 80 คน	ปีละ 80 คน	ปีละ 100 คน	ปีละ 100 คน
		2.จำนวนกิจกรรมที่ร่วมมือกับสถาบัน/องค์กร ในต่างประเทศ	ปีละ 4 กิจกรรม	ปีละ 4 กิจกรรม	ปีละ 4 กิจกรรม	ปีละ 4 กิจกรรม
		3. จำนวน visiting Professor	3 คน	3 คน	3 คน	3 คน
		4.จำนวนนักศึกษาแลกเปลี่ยน/ไปต่างประเทศ	20 คน ต่อปี	20 คน ต่อปี	20 คนต่อปี	20 คน ต่อปี
		5.จำนวนโครงการที่ส่งเสริมระบบสนับสนุนหรือสิ่งอำนวยความสะดวก การศึกษาให้เป็นสากล	ปีละ 2 โครงการ	ปีละ 2 โครงการ	ปีละ 2 โครงการ	ปีละ 2 โครงการ

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (Target)			
			2559	2560	2561	2562
Management for Quality : การบริหารองค์กรคุณภาพ	พัฒนาระบบการบริหารให้เป็นองค์กรที่มี คุณภาพตามหลักธรรมาภิบาล รักษา ความเป็นไทยและส่งเสริมความเป็น นานาชาติ	1.ความพึงพอใจของบุคลากร ต่อการปฏิบัติงาน	ไม่ต่ำกว่า 3.51	ไม่ต่ำกว่า 3.51	ไม่ต่ำกว่า 3.51	ไม่ต่ำกว่า 3.51
		2.จำนวนโครงการที่เกี่ยวข้อง กับการปรับปรุงระบบงานให้ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	2 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการ	2 โครงการ
		3.จำนวนโครงการทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม	2	2	2	2
		4.ความพึงพอใจของบุคลากร ต่อสวัสดิการ	ไม่ต่ำกว่า 3.51	ไม่ต่ำกว่า 3.51	ไม่ต่ำกว่า 3.51	ไม่ต่ำกว่า 3.51
		5.ร้อยละบุคลากรสาย วิชาการและสายสนับสนุนที่ ได้รับการพัฒนา	70	70	80	80
		6.จำนวนบุคลากรสาย สนับสนุนที่ได้รับค่าตอบแทน ความสามารถทาง ภาษาอังกฤษ	6	6	7	7
		7. มีแผนบริหารความเสี่ยง	มี	มี	มี	มี
		8. มีระบบ KM	มี	มี	มี	มี

าสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย (Target)			
			2559	2560	2561	2562
Marketing and Branding : ส่งเสริมภาพลักษณ์และการตลาด	เสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ	1.ร้อยละจำนวนนักศึกษาที่ จริงเทียบกับแผนรับ	> 90	> 90%	> 90%	> 90%
		2.จำนวนช่องทางการ ประชาสัมพันธ์	3	3	4	4
		3.จำนวนครั้งในการเผยแพร่ ข่าวโดยสื่อมวลชน	4	4	4	4
Academic Services : การ บริการวิชาการ	บริการวิชาการที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและอุตสาหกรรม เพื่อ การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน	1.จำนวนโครงการบริการ วิชาการที่ชุมชนและ อุตสาหกรรมมีส่วนร่วม	2	2	2	2
		2. จำนวนบุคลากรที่ให้บริการ วิชาการ	5	5	5	5
		3. ความพึงพอใจของ ผู้รับบริการวิชาการ	ไม่น้อยกว่า 3.51	ไม่น้อยกว่า 3.51	ไม่น้อยกว่า 3.51	ไม่น้อย กว่า 3.51

