

แผนยุทธศาสตร์คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ ปีการศึกษา 2567-2570

วิสัยทัศน์ (Vision) “สร้างสังคมนวัตกรรม คิดค้นนวัตกรรม นำเศรษฐกิจสู่สากล”

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มุ่งเน้นการพัฒนากำลังคนเพื่อสร้างให้เกิดสังคมนวัตกรรม คิดค้นการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมด้านการจัดการ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมสู่สากลอย่างยั่งยืน

พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนากำลังคนสมรรถนะสูงตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ
2. พัฒนางานวิจัยและสร้างนวัตกรรมการจัดการเพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์
3. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมสู่สากลอย่างยั่งยืน

เป้าหมาย

ผลสำเร็จสำคัญที่คาดหวังในช่วง 4 ปีข้างหน้า ได้แก่

1. เป็นสถาบันการศึกษาด้านการจัดการสมัยใหม่ที่ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ
2. จัดการศึกษาที่ตอบสนองการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทักษะสูง (Highly-skilled) ทุกช่วงวัย
3. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมสู่ระดับสากลอย่างยั่งยืนด้วยกระบวนการวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม
4. เป็นองค์กรแห่งคุณค่าบนฐานความรู้ด้านการจัดการสมัยใหม่
5. มีเสถียรภาพความมั่นคงทางการเงิน

ยุทธศาสตร์ (Strategy)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากำลังคนสมรรถนะสูงตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ

- 1.1 ผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะสูง (Highly-skilled | Man Power) ตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ
- 1.2 การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ทุกช่วงวัย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การวิจัยและนวัตกรรมที่นำไปใช้ประโยชน์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การให้บริการวิชาการที่นำไปสู่การยกระดับเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการสู่องค์กรสมรรถนะสูง

ตัวชี้วัด

1. จำนวนบัณฑิตที่มีสมรรถนะสูง (Highly-skilled) ตามหลักสูตร จำนวน 800 คน/ปี
2. จำนวนบุคคลภายนอกที่สำเร็จหรือผ่านการพัฒนา/อบรม/หลักสูตร เพื่อ Up-skill, Re-skill, New-skill จำนวน 200 คน/ปี
3. จำนวนผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ หรือเชื่อมโยงสู่นโยบายประเทศ หรือได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่และการอ้างอิงเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ ในระดับนานาชาติ จำนวน 20 ผลงานต่อปี
4. รายได้จากการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ จำนวน 500,000 บาท/ปี

แผนที่นำทางยุทธศาสตร์ (Strategic Roadmap)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนากำลังคนสมรรถนะสูงตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ			
ยุทธศาสตร์ที่ 1.1 ผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะสูง (Highly-skilled Man Power) ตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ OKR: จำนวนบัณฑิตที่มีสมรรถนะสูง (Highly-skilled) ตามหลักสูตร จำนวน 800 คน/ปี			
2567	2568	2569	2570
KR: จำนวนนักศึกษาเข้ารับเข้า 500 คน	KR: จำนวนนักศึกษาเข้ารับเข้า 700 คน	KR: จำนวนนักศึกษาเข้ารับเข้า 800 คน	KR: จำนวนนักศึกษาเข้ารับเข้า 800 คน
กลยุทธ์ 1: สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับโรงเรียนมัธยม สถาบันอาชีวศึกษา เพื่อเพิ่มโอกาสให้นักเรียนเข้าศึกษาต่อในคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ			
2567: Action Plan 1. เพิ่ม MOU กับโรงเรียนมัธยมและสถาบันอาชีวศึกษาในภาคใต้ 2. จัดโครงการเตรียมความพร้อมนักเรียน	2568-2570: Action Plan 1. เพิ่ม MOU กับโรงเรียนและสถาบันอาชีวศึกษาทั่วประเทศ 2. ขับเคลื่อนกิจกรรมร่วมกับคู่ความร่วมมือในด้านการพัฒนาศักยภาพนักเรียน เช่น ค่ายวิชาการ การแข่งขันทางวิชาการ การเตรียมพร้อมสู่มหาวิทยาลัย		
กลยุทธ์ 2: ระบบสะสมหน่วยกิต (Credit Bank) เพื่อให้นักเรียนมัธยม/ปวช./ปวส./อนุปริญญา/บุคคลทั่วไป เข้าเรียนเก็บหน่วยกิตเพื่อเข้าสู่ระบบปริญญาล่วงหน้า			
2567-2570: Action Plan 1. เพิ่มจำนวนรายวิชาศึกษาทั่วไป ผ่านความร่วมมือกับโรงเรียนมัธยมและสถาบันอาชีวศึกษา 2. เปิดรายวิชาแกนด้านธุรกิจ วิชาของหลักสูตร ผ่านความร่วมมือกับโรงเรียนมัธยมและสถาบันอาชีวศึกษา หน่วยงานเอกชน/รัฐ			
กลยุทธ์ 3: พัฒนาหลักสูตรใหม่ที่ตอบสนองการพัฒนาประเทศ มุ่งเน้นความทันสมัยด้านธุรกิจ ความเป็นดิจิทัล และความเป็นนานาชาติ			
2567-2568: Action Plan 1. ปรับปรุงหลักสูตรปริญญาตรีและปริญญาโทที่มีอยู่เดิมให้มีความทันสมัย และยกระดับสู่ความเป็นนานาชาติมากขึ้น (ดำเนินการปีการศึกษา 2567-2568) 2. พัฒนาหลักสูตรใหม่ทั้งในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทที่ตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ S-Curve (ดิจิทัล และการท่องเที่ยวมูลค่าสูง) 3. จัดทำหลักสูตรร่วมผลิตกับภาคเอกชน/รัฐ (Cooperative Work Integrated Education: CWIE) และหลักสูตรบัณฑิตพันธุ์ใหม่ 4. พัฒนาสู่การเป็นหลักสูตร Internation/Bilingual Program และหลักสูตรร่วมกับต่างประเทศ ในรูปแบบ Mobility program/ Double degree		2569-2570: Action Plan 5. ทบทวนและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ 6. ขับเคลื่อนการบริหารคุณภาพหลักสูตรเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับนานาชาติ AUNQA	

กลยุทธ์ 4: การจัดการศึกษาที่ยืดหยุ่นเพื่อเปิดโอกาสการเข้าสู่มหาวิทยาลัย	
2567-2569: Action Plan	
<ol style="list-style-type: none"> 1. การออกแบบหลักสูตรที่เปิดโอกาสให้มีการเทียบโอนความรู้และประสบการณ์เพื่อเข้าสู่ระบบปริญญา 2. จัดการเรียนการสอนแบบยืดหยุ่นในรูปแบบภาคนอกเวลา Hybrid และ Online เพื่อขยายโอกาสไปยังผู้เรียนกลุ่มใหม่ 	
กลยุทธ์ 4: พัฒนาสมรรถนะผู้เรียน	
2567-2569: Action Plan	
<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดการเรียนการสอนแบบ Active learning เพื่อพัฒนาสมรรถนะด้านนวัตกรรม และผลงานของนักศึกษาที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม 2. จัดการเรียนการสอนรูปแบบ CWIE โดยเน้นการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง ผู้เชี่ยวชาญ การฝึกงาน และหลักสูตรสหกิจศึกษา 100% 3. จัดการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษในบางรายวิชา และการจัดการเรียนการสอนร่วมกับมหาวิทยาลัยคู่ความร่วมมือในต่างประเทศ 4. ส่งเสริมและสนับสนุนการแข่งขันทางวิชาการและวิชาชีพในระดับชาติและนานาชาติ 5. ขับเคลื่อนการพัฒนาสมรรถนะนักศึกษาในรูปแบบ Student development academy (บูรณาการพันธกิจด้านวิชาการและการพัฒนานักศึกษา) 6. กิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อพัฒนาสมรรถนะสากล เช่น การศึกษาดูงานในต่างประเทศ การเรียนหลักสูตรระยะสั้นในต่างประเทศ การฝึกงาน/สหกิจศึกษาในต่างประเทศ 7. การจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา 8. จัดตั้งศูนย์พัฒนาผู้ประกอบการนักศึกษา เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านการเป็นผู้ประกอบการ 9. ขับเคลื่อนการเข้าสู่สมรรถนะด้านการสอนของอาจารย์ในระดับวิชาจารย์ขึ้นไป 	
กลยุทธ์ 5: สร้างพื้นที่เรียนรู้ในรูปแบบ Learning Makerspaces ในรูปแบบ Business Innovation Square	
2567-2568: Action Plan	2567-2569: Action Plan
<ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบพื้นที่และของประมาณจัดสร้างพื้นที่เรียนรู้ 2. สร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจเพื่อจัดโครงการ/กิจกรรมร่วมกัน 3. พัฒนาโครงการธุรกิจที่ดำเนินการด้วยนักศึกษา 4. ดำเนินการให้บริการทางธุรกิจร่วมกับ Business Innovation Center: BIC) 	<ol style="list-style-type: none"> 5. พัฒนาธุรกิจที่ดำเนินการด้วยนักศึกษาเพิ่มเติม 6. ดำเนินการให้บริการทางธุรกิจร่วมกับ Business Innovation Center: BIC
กลยุทธ์ 6: สร้างคู่ความร่วมมือในระดับชาติและนานาชาติเพื่อขับเคลื่อนการจัดการศึกษา (Strategic Partners)	
2567-2570: Action Plan	
<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการในระดับชาติ/นานาชาติ 2. สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในระดับนานาชาติ 3. สร้างเครือข่ายศิษย์เก่า 	

ยุทธศาสตร์ที่ 1.2 การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ทุกช่วงวัย			
OKR: จำนวนบุคคลภายนอกที่สำเร็จหรือผ่านการพัฒนา/อบรม/หลักสูตร เพื่อ Up-skill, Re-skill, New-skill จำนวน 200 คน/ปี			
2567	2568	2569	2570
KR: ผู้เข้าเรียนและสำเร็จการศึกษา Non-degree, Training, up-skills, new-skills จำนวน 200 คน	KR: ผู้เข้าเรียนและสำเร็จการศึกษา Non-degree, Training, up-skills, new- skills จำนวน 200 คน	KR: ผู้เข้าเรียนและสำเร็จการศึกษา Non-degree, Training, up-skills, new-skills จำนวน 200 คน	KR: ผู้เข้าเรียนและสำเร็จการศึกษา Non-degree, Training, up-skills, new-skills จำนวน 200 คน
กลยุทธ์ 1 : พัฒนาหลักสูตร Non-degree ที่ตอบสนองการพัฒนาประเทศ/ทันสมัยด้านธุรกิจ เพื่อพัฒนาสมรรถนะให้แก่กลุ่มคนทุกช่วงวัย			
2567: Action Plan 1. จัดการเรียนการสอนหลักสูตร Non-degree ที่มีอยู่แล้ว 7 หลักสูตร 2. พัฒนาหลักสูตร Non-degree ใหม่ 3. พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นสำหรับผู้เรียนต่างชาติ Short courses, summer school program	2568-2570: Action Plan 4. จัดการเรียนการสอนหลักสูตร Non-degree ที่มีอยู่แล้ว 5. พัฒนาหลักสูตร Non-degree ใหม่ 6. พัฒนาหลักสูตรระยะสั้นสำหรับผู้เรียนต่างชาติ Short courses, summer school program		
กลยุทธ์ 2: สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน ภาครัฐ เพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนา/เพิ่มศักยภาพให้กำลังคนในระบบการทำงานผ่านหลักสูตร Non-degree			
2566: Action Plan 1. สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจ ได้แก่ สภาอุตสาหกรรม หอการค้า YEC สมาคมการท่องเที่ยว สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย สมาคมสำนักงานบัญชีคุณภาพ/สอบบัญชี TSE และอื่น ๆ 2. สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และส่วนกลาง เช่น กยท. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ			

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การวิจัยและนวัตกรรมที่นำไปใช้ประโยชน์

OKR: จำนวนผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ หรือเชื่อมโยงสู่นโยบายประเทศ หรือได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่และการอ้างอิงเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ ในระดับนานาชาติ จำนวน 20 ผลงานต่อปี

2567	2568	2569	2570
<p>KR:</p> <ol style="list-style-type: none">จำนวนผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่นำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/สังคม เชื่อมโยงสู่นโยบายประเทศ ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับนานาชาติ จำนวน 15 ผลงานจำนวนเงินทุนวิจัยจากภายนอก 1,000,000 บาท/ปี	<p>KR:</p> <ol style="list-style-type: none">จำนวนผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่นำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/สังคม เชื่อมโยงสู่นโยบายประเทศ ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับนานาชาติ จำนวน 15 ผลงานจำนวนเงินทุนวิจัยจากภายนอก 1,500,000 บาท/ปี	<p>KR:</p> <ol style="list-style-type: none">จำนวนผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่นำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/สังคม เชื่อมโยงสู่นโยบายประเทศ ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับนานาชาติ จำนวน 20 ผลงานจำนวนเงินทุนวิจัยจากภายนอก 2,000,000 บาท/ปี	<p>KR:</p> <ol style="list-style-type: none">จำนวนผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่นำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/สังคม เชื่อมโยงสู่นโยบายประเทศ ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับนานาชาติ จำนวน 20 ผลงานจำนวนเงินทุนวิจัยจากภายนอก 3,000,000 บาท/ปี

กลยุทธ์ 1: พัฒนาระบบบริหารงานวิจัยและนวัตกรรมตามยุทธศาสตร์ของคณะ

2567-2570: Action Plan

- แต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการวิจัยและนวัตกรรม
- กำหนด Flagship ด้านการวิจัย
- จัดทำระบบข้อมูลความเชี่ยวชาญของนักวิจัย
- สร้าง Research Clusters
- จัดหาบุคลากร/สิ่งสนับสนุนด้านการวิจัย เช่น SW สถิติ การตรวจภาษา
- ออกแบบประกาศ/เกณฑ์/กระบวนการในการสนับสนุนด้านการวิจัย
- บริหารระบบการตอบแทนจากผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ ได้แก่ การตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่มีคุณภาพ ผลงานวิจัยรับใช้สังคม ผลงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์
- ให้บริการคลินิกวิจัย
- จัดตั้งศูนย์วิจัยเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์/ดิจิทัลและการท่องเที่ยวมูลค่าสูง (สอดคล้องกับ Flagship ด้านการวิจัย)

กลยุทธ์ 2: ขับเคลื่อนการพัฒนาผลงานวิจัยและนวัตกรรม

2567-2570: Action Plan

1. จัดกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาโครงการวิจัยเชิงบูรณาการเพื่อขอรับทุนภายนอก
2. จัดโครงการพัฒนาศักยภาพนักวิจัย
3. สร้างระบบพี่เลี้ยงนักวิจัย (Research Mentor)
4. จัดกิจกรรม Journal Club
5. โครงการ Visiting Professor/Adjunct Professor เพื่อให้การให้คำปรึกษาและผลิตผลงานวิจัยร่วมกัน

กลยุทธ์ 3: สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการวิจัยกับ PSU System ภาคเอกชน ภาครัฐ สถาบันการศึกษาในต่างประเทศ

2567-2570: Action Plan

1. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างคณะ/สถาบันวิจัยเพื่อสร้างเครือข่าย/กลุ่มวิจัย (Research cluster) ทั้งภายใน PSU System และภายนอกมหาวิทยาลัย
2. สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชนและภาครัฐในพื้นที่และส่วนกลางด้านการวิจัย (ทำวิจัยร่วมระหว่างสถาบัน โจทย์วิจัยจากภาคเอกชน/รัฐ)
3. สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายวิจัยในระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ 4: ผลักดันการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์และเชื่อมโยงสู่นโยบายประเทศโดยการเชื่อมโยงสู่การบริการวิชาการ

2567-2570: Action Plan

1. จัดกิจกรรมขับเคลื่อนการตีพิมพ์ระดับนานาชาติ โดยมุ่งเน้นวารสารที่มี impact factor สูง
2. ผลักดันให้นำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปต่อยอดสู่บริการวิชาการ
3. หาแนวทางเพิ่มมูลค่าจากงานวิจัยและนวัตกรรม โดยการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก และต่อยอดไปสู่การบริการวิชาการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การให้บริการวิชาการที่นำไปสู่การยกระดับเศรษฐกิจและสังคมสู่สากลอย่างยั่งยืน

OKR: 1) รายได้จากการนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ จำนวน 500,000 บาท/ปี

2567	2568	2569	2570
<p>KR:</p> <ol style="list-style-type: none"> รายได้จากการให้บริการวิชาการ 100,000 บาท โครงการที่มีผลกระทบต่อเชิงเศรษฐกิจและสังคม 1 โครงการ มีผลลัพธ์ทางสังคม (SROI) มากกว่า 1 เท่า 	<p>KR:</p> <ol style="list-style-type: none"> รายได้จากการให้บริการวิชาการ 200,000 บาท โครงการที่มีผลกระทบต่อเชิงเศรษฐกิจและสังคม 1 โครงการ มีผลลัพธ์ทางสังคม (SROI) มากกว่า 1 เท่า 	<p>KR:</p> <ol style="list-style-type: none"> รายได้จากการให้บริการวิชาการ 500,000 บาท โครงการที่มีผลกระทบต่อเชิงเศรษฐกิจและสังคม 1 โครงการ มีผลลัพธ์ทางสังคม (SROI) มากกว่า 1 เท่า 	<p>KR:</p> <ol style="list-style-type: none"> รายได้จากการให้บริการวิชาการ 500,000 บาท โครงการที่มีผลกระทบต่อเชิงเศรษฐกิจและสังคม 1 โครงการ มีผลลัพธ์ทางสังคม (SROI) มากกว่า 1 เท่า

กลยุทธ์ 1: จัดตั้งศูนย์นวัตกรรมทางธุรกิจ PSU Business Innovation Center (PSU-BIC)

2567-2570: Action Plan

- แต่งตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านบริการวิชาการและพันธกิจสังคม
- ศึกษาความต้องการผู้รับบริการวิชาการ
- ออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ
- จัดตั้งศูนย์บริการวิชาการ Business Innovation Center: BIC
- ให้บริการทางวิชาการผ่านศูนย์บริการวิชาการ Business Innovation Center: BIC

กลยุทธ์ 2: สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน ภาครัฐ ด้านบริการวิชาการ

2567-2570: Action Plan

- สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายธุรกิจ
- สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และส่วนกลาง เช่น เทศบาล อบจ. จังหวัด กยท. หอการค้า สภาอุตสาหกรรม สมาคมธุรกิจต่าง ๆ
- ดำเนินโครงการร่วมกับหน่วยงานคู่ความร่วมมือ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การบริหารคณะพาณิชย์ศาสตร์และการจัดการสู่องค์กรสมรรถนะสูง			
2567	2568	2569	2570
KR: 1. การเพิ่มขึ้นของรายได้ ร้อยละ 5 2. บุคลากรผู้เชี่ยวชาญที่สร้างคุณประโยชน์ในระดับชาติและนานาชาติ ร้อยละ 10 ต่อปี 3. ระดับความผูกพันของบุคลากรร้อยละ 70	KR: 1. การเพิ่มขึ้นของรายได้ ร้อยละ 5 2. บุคลากรผู้เชี่ยวชาญที่สร้างคุณประโยชน์ในระดับชาติและนานาชาติ ร้อยละ 15 ต่อปี 3. ระดับความผูกพันของบุคลากรร้อยละ 75	KR: 1. การเพิ่มขึ้นของรายได้ ร้อยละ 5 2. บุคลากรผู้เชี่ยวชาญที่สร้างคุณประโยชน์ในระดับชาติและนานาชาติ ร้อยละ 20 ต่อปี 3. ระดับความผูกพันของบุคลากรร้อยละ 80	KR: 1. การเพิ่มขึ้นของรายได้ ร้อยละ 5 2. บุคลากรผู้เชี่ยวชาญที่สร้างคุณประโยชน์ในระดับชาติและนานาชาติ ร้อยละ 20 ต่อปี 3. ระดับความผูกพันของบุคลากรร้อยละ 80
กลยุทธ์ 1: ขับเคลื่อนคณะพาณิชย์ศาสตร์และการจัดการสู่องค์กรดิจิทัล			
2567-2570: Action Plan 1. ปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานโดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร และสร้างความผูกพันกับลูกค้า 2. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถด้านดิจิทัล และสามารถพัฒนาระบบงานโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้ 3. พัฒนาระบบสารสนเทศและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นเครื่องมือขับเคลื่อนการบริหารงาน			
กลยุทธ์ 2: การบริหารจัดการคนเก่งในองค์กร (Talent management)			
2567-2570: Action Plan 1. ขับเคลื่อนการขอตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้นของคณาจารย์ 2. ปรับปรุงเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในรูปแบบมุ่งเน้นผลลัพธ์ (Outcome-based performance) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์คณะ 3. ส่งเสริม/พัฒนาศักยภาพและความเชี่ยวชาญของบุคลากร ให้มีความรู้ ความสามารถและทักษะที่จำเป็นเพื่อตอบโจทย์การแก้ปัญหาของผู้รับบริการ 4. พัฒนาระบบการคิดของบุคลากรให้มี Entrepreneurial Mindset 5. สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันในต่างประเทศ เพื่อขับเคลื่อนสมรรถนะทางวิชาการในระดับสากลให้กับอาจารย์ของคณะ			
กลยุทธ์ 3: สร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic partners) เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่เป้าหมายอย่างรวดเร็ว			
2567-2570: Action Plan 1. แสวงหาความร่วมมือกับโรงเรียนในระดับมัธยม/สถาบันอาชีวศึกษา (Supply partnerships) 2. แสวงหาความร่วมมือกับ PSU Systems 3. แสวงหาความร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาทั้งภายในและต่างประเทศ 4. แสวงหาความร่วมมือกับภาคเอกชน ภาครัฐ 5. แสวงหาความร่วมมือกับศิษย์เก่า			

กลยุทธ์ 4: การสร้างวัฒนธรรมความสุขสมบูรณ์ (Wellness culture in organization)	
2567-2570: Action Plan 1. จัดโครงการ/กิจกรรมที่มุ่งเน้นสร้างความผูกพันแก่บุคลากร	
กลยุทธ์ 5: การพัฒนาเอกลักษณ์ของแบรนด์ (Brand identity) คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการให้แข็งแกร่งเพื่อนำส่งคุณค่าสู่ภายนอก	
2567: Action Plan 1. วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจุดแข็งของแบรนด์ 2. กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาแบรนด์ 3. สื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์เพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์	2567-2570: Action Plan 1. สื่อสารภาพลักษณ์ของแบรนด์เพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ 2. ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล