

# SSiP TSU STRATEGIC PLAN 2026-2030

แผนกลยุทธ์อุทยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคม  
มหาวิทยาลัยทักษิณ พ.ศ. 2569-2573

Strategic Plan for Transforming SSIP-TSU  
into a Self-Sustaining Service Platform,  
Profit Center, and University Innovation Enabler



## บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

แผนกลยุทธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับอุทยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยทักษิณ จากหน่วยงานที่ดำเนินงานตามโครงการและภารกิจ ไปสู่ การเป็นกลไกเชิงระบบของมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ สามารถพึ่งพาตนเองทางการเงิน และ ส่งมอบคุณค่ากลับคืนสู่มหาวิทยาลัยได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้ง ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม ตลอดจน การพัฒนาผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยอย่างเป็นรูปธรรม แผนฉบับนี้ได้รับการพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์ข้อมูลจาก 4 แหล่งสำคัญ ได้แก่

(1) แผนกลยุทธ์เดิมของอุทยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคม พ.ศ. 2566 – 2570 ซึ่งกำหนด จุดยืนในการเป็น “ผู้ให้บริการนวัตกรรมสังคมระดับประเทศ” (National Social Innovation Provider)

(2) ข้อมูลจากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อจัดทำกลยุทธ์ระยะ 5 ปีของอุทยานฯ โดยได้กำหนด เป้าหมายเชิงการเงินอย่างชัดเจน

(3) กรอบนโยบายของมหาวิทยาลัยในกลุ่มที่ 2 ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม รวมถึง

(4) นโยบาย 10 ค่านิยมใหม่ และ TSU in Becoming ซึ่งอุทยานฯ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม

สาระสำคัญของแผนกลยุทธ์ฉบับนี้มุ่งขับเคลื่อนอุทยานฯ ให้บรรลุ เป้าหมายสำคัญ 4 ประการควบคู่กัน ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างรายได้ที่หลากหลาย โดยเพิ่มสัดส่วนรายได้จากบริการและกลไกเชิงพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญ การยกระดับสู่การเป็นหน่วยงานในลักษณะศูนย์กำไร (Profit Center) เพื่อให้สามารถสร้างกำไรสุทธิและคืนผลตอบแทนให้แก่มหาวิทยาลัย การทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเป้าหมายของมหาวิทยาลัยกลุ่มที่ 2 รวมถึง นโยบาย 10 ค่านิยมใหม่ และ TSU in Becoming ควบคู่กับการเร่งพัฒนารัฐกิจและผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยี ตลอดจน การเสริมสร้างความเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรม (Industry Linkage) เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ สังคม และเชิงพื้นที่ ผ่านการนำองค์ความรู้ งานวิจัย และนวัตกรรมของมหาวิทยาลัยไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน ทั้งนี้ แผนกลยุทธ์ฉบับนี้ได้กำหนดเป้าหมายสำคัญว่า ภายในปี พ.ศ. 2573 อุทยานฯ จะต้องมียาได้รวมไม่น้อยกว่า 34 ล้านบาทต่อปี พร้อมทั้ง มีกำไรสุทธิไม่น้อยกว่า 3.7 ล้านบาทต่อปี โดยพัฒนาระบบบริการและระบบการบริหารจัดการที่เอื้อต่อการเติบโตขององค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระยะยาว

# ข้อมูลพื้นฐาน

## ประวัติความเป็นมา

อุทยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยทักษิณ เป็นส่วนงานอื่นของมหาวิทยาลัยตามความในมาตรา 9(4) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยทักษิณ พ.ศ.2551 ซึ่งมีระบบการบริหารงานที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งมีระยะเวลา 19 ปี โดยมีรายละเอียดดังนี้

12 มกราคม 2551 ได้รับอนุมัติจัดตั้งจากสภามหาวิทยาลัย จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ (University Business Incubation Center, UBI) จัดตั้งขึ้นโดยได้รับสนับสนุนงบประมาณดำเนินงานจาก แหล่งทุนภายนอก มีการบริหารจัดการภายในหน่วยงานเอง ได้ดำเนินงานเป็นระยะเวลา 8 ปีมีการจัดกิจกรรมสร้าง ความตระหนักด้านการประกอบการธุรกิจ ให้กับนิสิต และบุคลากรภายในสถาบัน และทำการบ่มเพาะธุรกิจให้บุคคล ภายนอก โดยเฉพาะในจังหวัดพัทลุง ส่วนใหญ่มีนักธุรกิจ ในระดับวิสาหกิจ ในชุมชน เข้ามารับบริการ การถ่ายทอดเทคโนโลยี ของนักวิชาการของมหาวิทยาลัยทักษิณ เป็นจำนวนมาก ผ่านช่องทาง คลินิกเทคโนโลยี (Technology Clinic) ที่เป็นหน่วยงานประสาน ของกระทรวง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีภายในพื้นจังหวัดพัทลุง และจังหวัดใกล้เคียง

23 เมษายน 2559 ได้รับอนุมัติจัดตั้งเป็นสำนักบ่มเพาะวิชาการเพื่อ วิสาหกิจในชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ (Institute of Community Enterprise Incubation Thaksin University (ICEI-TSU) เป็นหน่วยงานลักษณะพิเศษ ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยทักษิณ ว่าด้วย หน่วยงานลักษณะพิเศษ พ.ศ. 2558 และในปีพ.ศ. 2559 ได้เข้าไปร่วม เป็นเครือข่ายอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคที่ดำเนินงานร่วมกับมหาวิทยาลัย อื่นๆ อีก 15 แห่ง โดยในภาคใต้ได้เข้าเป็น เครือข่ายของอุทยานวิทยาศาสตร์ ภูมิภาคใต้ที่มีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นแม่ข่าย ได้ดำเนินงานประมาณ 7 ปี

4 กุมภาพันธ์ 2566 ได้รับอนุมัติเปลี่ยนชื่อจากสภามหาวิทยาลัยเป็น “อุทยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคม (Science And Social Innovation Park, SSIP-TSU) เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การดำเนินงานของ มหาวิทยาลัยทักษิณและอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค



## บุคลากร

อุทยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคม มีบุคลากรทั้งหมด 21 คน โดยเป็นพนักงานอุทยานวิทยาศาสตร์ และนวัตกรรมสังคม จำนวน 20 คน และผู้บริหารจากมหาวิทยาลัย ตำแหน่งผู้อำนวยการ จำนวน 1 คน โดยมีรายละเอียดจำนวนบุคลากรดังนี้

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| 1. อาจารย์ ดร.พลากร บุญใส            | ผู้อำนวยการ                                       |
| 2. นางพิชญ์สินี จันทร์รัตน์          | หัวหน้าสำนักงาน                                   |
| 3. นางสาวมาณวิภา บุญคงแก้ว           | ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรมภาคเอกชน  |
| 4. นางนิชมลกานต์ ขุนเพชร             | ผู้จัดการฝ่ายส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมสู่ชุมชน |
| 5. นางสาวสุภัทลยา สังข์ทอง           | ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรมรุ่นใหม่    |
| 6. นายอานนท์ เทพทอง                  | ผู้จัดการฝ่ายกิจการพิเศษและสื่อสารองค์กร          |
| 7. นางสาวคชาภรณ์ รองเดช              | นักพัฒนาธุรกิจ                                    |
| 8. นางสาวดรุณี ทองศรีนุ่น            | นักบริหารงานทั่วไป                                |
| 9. นางสาวธมลวรรณ จูมิ                | เจ้าหน้าที่ทรัพย์สินทางปัญญา                      |
| 10. นายฐานพัฒน์ คงพัฒน์              | นักออกแบบนวัตกรรม                                 |
| 11. นายขจรศักดิ์ เสาวพงศ์            | เจ้าหน้าที่การตลาดและลูกค้าสัมพันธ์               |
| 12. นางสาวอังคณา นวลจันทร์           | นักพัฒนาธุรกิจ                                    |
| 13. นางสาวปิยาภรณ์ ขวัญสุด           | นักพัฒนาธุรกิจ                                    |
| 14. นางสาวณพิชญา ทวีพัฒนะพงศ์        | นักพัฒนาธุรกิจ                                    |
| 15. นางสาวสุดาพร พรายจรูญ            | นักพัฒนาธุรกิจ                                    |
| 16. นายธีรภัทร์ เจ็ญจุ               | นักสื่อสารองค์กร                                  |
| 17. ว่าที่ ร.ต.เกรียงไกร โทชานานุกุล | นักพัฒนาธุรกิจ                                    |
| 18. นางสาวสุดารัตน์ พุดปลอด          | นักการเงินและบัญชี                                |
| 19. นายเดชาพัชร พิมพา                | นักพัฒนาธุรกิจ                                    |
| 20. นางคำนึ่งนิติย์ เอียดสระโร       | เจ้าหน้าที่ธุรการ                                 |

# โครงสร้างการบริหารงาน SSIP TSU



อุทยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยทักษิณได้จัดโครงสร้างองค์กรและการบริหารจัดการ เพื่อรองรับนโยบายและงานใหม่ๆ ตามบริบทที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังต่อไปนี้

(1) ฝ่ายบริหารสำนักงาน มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

- งานบริหารงานทั่วไป
- งานบริหารงานบุคคล
- งานธุรการและงานสารบรรณ
- งานการเงินและบัญชี
- งานพัสดุ
- งานเลขานุการ
- งานประชุม
- งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

(2) ฝ่ายแผนและยุทธศาสตร์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

- งานด้านวางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์
- งานด้านการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน
- งานด้านประกันคุณภาพการศึกษา
- งานความเสี่ยงและควบคุมภายใน
- งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

(3) ฝ่ายโครงสร้างพื้นฐานและบริการ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

- การดูแลและจัดการโครงสร้างพื้นฐาน
- การบริหารจัดการหน่วยบริการให้ภาคเอกชน/ผู้รับบริการ
- การพัฒนาศักยภาพของห้องปฏิบัติการสำหรับการให้บริการแก่ภาคอุตสาหกรรม
- งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

(4) ฝ่ายกิจการพิเศษและสื่อสารองค์กร มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้

- การส่งเสริมด้านการตลาดและลูกค้าสัมพันธ์
- งานสื่อสารองค์กรและการสร้างภาพลักษณ์
- งานบริการวิชาการเพื่อภาคเอกชนและชุมชน
- บริการออกแบบนวัตกรรม
- งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

- (5) ฝ่ายส่งเสริมงานวิจัยและนวัตกรรมสู่ภาคเอกชน มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้
- การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาแก่ภาคอุตสาหกรรม
  - ฐานข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
  - สำนักงานความร่วมมืออุตสาหกรรม
  - แผนงานบ่มเพาะธุรกิจวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
  - แผนงานพัฒนาขีดความสามารถทางเทคโนโลยีและวิจัยของภาคเอกชนในพื้นที่
  - แผนงานวิจัยร่วมภาคเอกชน
  - โครงการสร้างกำลังคนและทักษะแห่งอนาคตในภูมิภาคเพื่อตอบโจทย์การพัฒนา นวัตกรรมของประเทศ (แผนงานการยกระดับเทคโนโลยีสู่ภาคอุตสาหกรรม)
  - โครงการยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจท้องถิ่นในภูมิภาคด้วยองค์ความรู้ ภูมิปัญญาและนวัตกรรม (แผนงานการพัฒนากระบวนการวิจัยของผู้ประกอบการ และแผนงานการยกระดับการวิจัยและพัฒนาของผู้ประกอบการด้วยเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐานวทน.)
  - งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย
- (6) ฝ่ายพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรมรุ่นใหม่ มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้
- โครงการบ่มเพาะวิสาหกิจ
  - กิจกรรมสร้างความตระหนักสังคมผู้ประกอบการในสถาบันอุดมศึกษา
  - กิจกรรมเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการให้นิสิตและบุคลากร
  - ศูนย์ประสานพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของนิสิต (T-SEDA)
  - งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย
- (7) ฝ่ายส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมสู่ชุมชน มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังต่อไปนี้
- โครงการคลินิกเทคโนโลยี (แผนงานบริการให้คำปรึกษาเทคโนโลยี แผนงานถ่ายทอดเทคโนโลยี แผนงานวิจัยและพัฒนาต่อยอด)
  - โครงการหมู่บ้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
  - หน่วยขับเคลื่อนนวัตกรรมสังคม
  - ประสานงานโครงการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและงานเชิงพื้นที่
  - งานอื่นๆ ที่ได้รับมอบหมาย

สำหรับรูปแบบการบริหารงานจะมีการจัดสรรและมอบหมายงานเป็นงานย่อยๆ ที่มีผู้รับผิดชอบโครงการ แบบเต็มตัวหรือ Project manager และมีการบูรณาการในทุกแพลตฟอร์มที่มีลักษณะงานที่ใกล้เคียงกันพร้อมที่จะ ขยายงานได้ในอนาคต ใช้การบริหารงานแบบ Holacracy ดังภาพ



## หลักคิดเชิงกลยุทธ์ของแผน (Strategic Framework)

แผนกลยุทธ์ฉบับนี้ตั้งอยู่บนหลักการสำคัญว่า อุกยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคมไม่อาจเติบโตอย่างยั่งยืนได้ หากยังคงพึ่งพารายได้จากงบประมาณหรือส่วนแบ่งจากโครงการเป็นหลัก ดังนั้น การพัฒนาแผนจึงมุ่งปรับบทบาทขององค์กรจาก “หน่วยสนับสนุน” สู่ “หน่วยสร้างมูลค่า” (Value-Generating Unit)

โดย ใช้พันธกิจหลักของอุกยานฯ เป็นฐานในการสร้างรายได้ ควบคู่กับ การสร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน (Shift) รูปแบบการดำเนินงานจากการเป็นผู้ร่วมดำเนินโครงการ ไปสู่ การเป็นแพลตฟอร์มการให้บริการ (Service Platform) ที่สามารถสร้างรายได้อย่างแท้จริง และต่อยอดสู่ การเป็นหน่วยงานในลักษณะ ศูนย์กำไร (Profit Center) อย่างยั่งยืน

ขณะเดียวกัน อุกยานฯ มิได้มุ่งสร้างรายได้โดยแยกขาดจากมหาวิทยาลัย แต่ดำเนินบทบาทในฐานะ “กลไกเชิงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย” (University Strategic Enabler) เพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายสำคัญของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะด้านการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ การพัฒนาผู้ประกอบการ การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) การจัดการเรียนรู้ในรูปแบบหลักสูตรระยะสั้นหรือไม่ให้ปริญญา (Non-degree) การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) การพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมผ่าน TSU Enterprise ตลอดจน การขับเคลื่อนนวัตกรรมสังคมเชิงพื้นที่อย่างทั่วถึงและยั่งยืน

ดังนั้น ภาพรวมของแผนกลยุทธ์ฉบับนี้จึงมิใช่เพียงแผนเพื่อการสร้างรายได้ หากแต่เป็น กรอบการพัฒนาองค์กรที่มุ่งยกระดับ อุกยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคมให้เป็น “กลไกขับเคลื่อนนวัตกรรมและผลกระทบทางสังคมที่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน” (Self-Sustaining Innovation and Social Impact Engine) ของมหาวิทยาลัยทักษิณในระยะยาว

# วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายสำคัญของแผน (Vision Mission and Key Objectives)

## วิสัยทัศน์ (Vision)

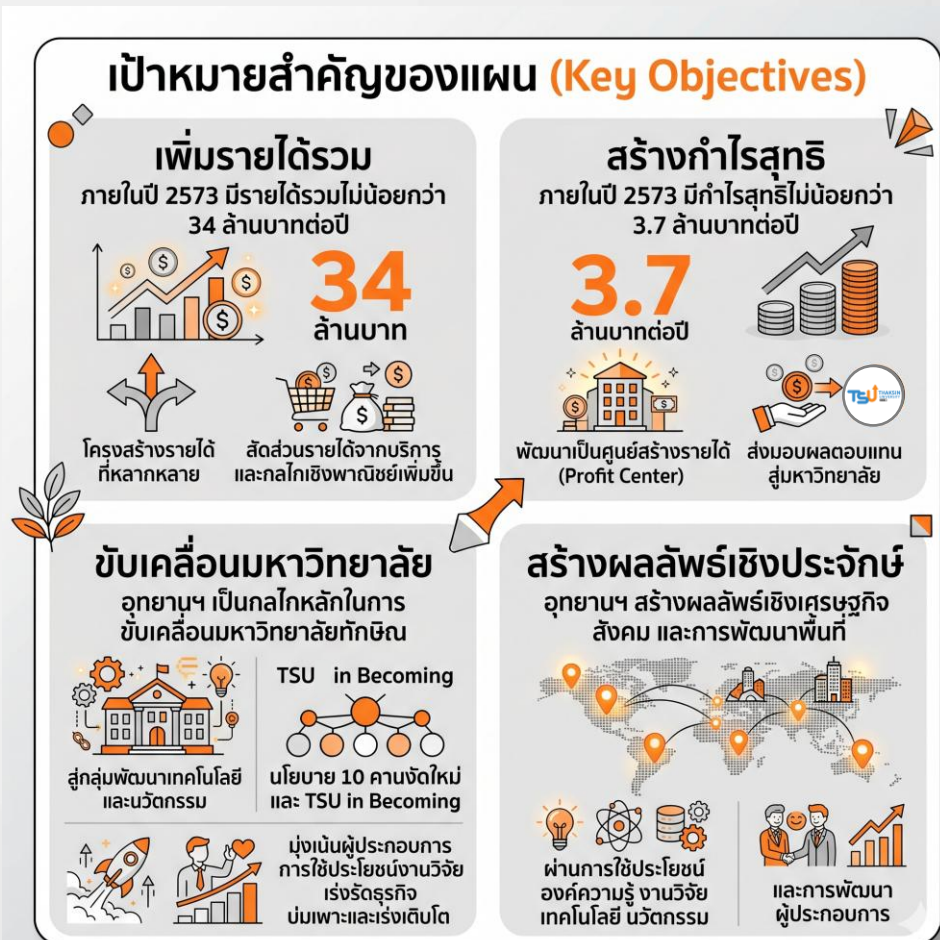
เป็นอุทยานวิทยาศาสตร์เฉพาะทางด้านนวัตกรรมสังคม ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกขับเคลื่อนองค์ความรู้ งานวิจัย และนวัตกรรมสู่การใช้ประโยชน์จริง พร้อมทั้ง เป็นศูนย์กลางบริการนวัตกรรมสังคมและการเร่งรัดธุรกิจ โดยครอบคลุมการบ่มเพาะและเร่งการเติบโตทางธุรกิจ (Business Acceleration) สำหรับผู้ประกอบการ นิสิต และคณาจารย์ และมุ่งสู่ การเป็นศูนย์สร้างรายได้ (Profit Center) ที่สร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนให้แก่มหาวิทยาลัยและพื้นที่

## พันธกิจ (Mission)

อุทยานฯ มีพันธกิจในการเป็นหน่วยงานกลางเชื่อมโยงองค์ความรู้ งานวิจัย ทรัพยากรทางปัญญา และนวัตกรรมของมหาวิทยาลัย สู่ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน ชุมชน นิสิต และสังคม พร้อมทั้ง พัฒนาผู้ประกอบการใหม่ เร่ง การเติบโตของธุรกิจนวัตกรรม พัฒนา ระบบบริการ และพื้นที่สนับสนุน และ สร้างรายได้ที่มั่นคงจากบทบาทหลักขององค์กร โดยต่อยอดจากนวัตกรรมสังคม (Social Innovation) ควบคู่กับ การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย (Research Utilization)

## เป้าหมายสำคัญของแผน (Key Objectives)

- ภายในปี 2573 อุกยานฯ มีรายได้รวมไม่น้อยกว่า 34 ล้านบาทต่อปี พร้อมโครงสร้างรายได้ที่หลากหลาย โดยสัดส่วนรายได้จากบริการและกลไกเชิงพาณิชย์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ
- ภายในปี 2573 อุกยานฯ มีกำไรสุทธิไม่น้อยกว่า 3.7 ล้านบาทต่อปี และพัฒนาเป็นศูนย์สร้างรายได้ (Profit Center) ที่สามารถส่งมอบผลตอบแทนสู่มหาวิทยาลัยได้อย่างเป็นรูปธรรม
- อุกยานฯ เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยทักษิณสู่เป้าหมายมหาวิทยาลัยกลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ภายใต้กรอบนโยบาย 10 ค่านัดใหม่ และ TSU in Becoming โดยมุ่งเน้นผู้ประกอบการ การใช้ประโยชน์งานวิจัย ตลอดจนการเร่งรัดธุรกิจ การบ่มเพาะและเร่งการเติบโตทางธุรกิจ
- อุกยานฯ สร้างผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ สังคม และการพัฒนาพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการใช้ประโยชน์องค์ความรู้ งานวิจัย เทคโนโลยี นวัตกรรม และการพัฒนาผู้ประกอบการ



# กรอบการเชื่อมโยงเป้าหมายกับกลยุทธ์ (Goal-Strategy Alignment Framework)

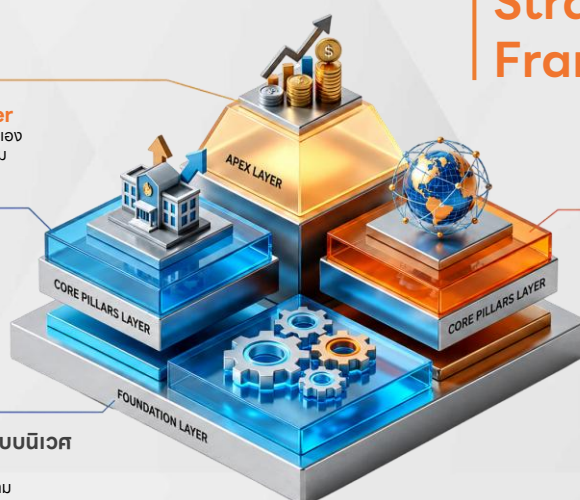
เพื่อให้การขับเคลื่อนแผนมีความชัดเจนและติดตามผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดให้ 1 เป้าหมายสำคัญ เชื่อมโยงกับ 1 เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ และถ่ายทอดสู่ชุดกลยุทธ์ วัตถุประสงค์ เป้าประสงค์ (Objective) ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) และตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) ที่ชัดเจน โดยสามารถเชื่อมโยงข้ามกันได้ในเชิงปฏิบัติการ โครงสร้างดังกล่าวยึดตามลำดับตรรกะ โดยเริ่มจากวิสัยทัศน์ (Vision) สู่เป้าหมาย (Goal: SMART) จากนั้นถ่ายทอดสู่กลยุทธ์ (Strategies) ต่อเนื่องเป็นแผนปฏิบัติการ (Execution Plan) เชื่อมโยงสู่ตัวชี้วัดและกรอบผลลัพธ์ (KPIs / OKR: Objectives and Key Results) และจบที่เครื่องมือติดตาม (Monitoring Tools) เพื่อสะท้อนเส้นทางจากโจทย์เชิงกลยุทธ์สู่ผลลัพธ์ที่วัดได้ อย่างเป็นรูปธรรม ภายใต้กรอบนี้ แผนกำหนด 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่

- การเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรที่พึ่งพาตนเองทางการเงิน และเป็นศูนย์สร้างรายได้ (Profit Center)
- การเป็นกลไกยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยสู่กลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Reinventing University) ภายใต้นโยบาย 10 ค่านัดใหม่ TSU in Becoming และนโยบายเร่งพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยี
- การเร่งการใช้ประโยชน์องค์ความรู้ งานวิจัย และนวัตกรรมสู่เศรษฐกิจและสังคม
- การยกระดับขีดความสามารถองค์กร ระบบกำกับ และเครือข่าย เพื่อรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน

**กลยุทธ์ที่ 1:**  
การเปลี่ยนผ่านสู่ Profit Center  
ยกระดับองค์กรสู่ศูนย์สร้างรายได้ที่พึ่งพาตนเอง ขยายโครงสร้างเชิงพาณิชย์ ตั้งปีรายได้รวม 34 ลบ. และกำไร 3.7 ลบ. ภายในปี 2573

**กลยุทธ์ที่ 2:**  
กลไกยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย  
เป็นฟันเฟืองหลัก (University Enabler) ขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยกลุ่มเทคโนโลยีและนวัตกรรม ภายใต้เป้าหมาย 10 ค่านัดใหม่ และ TSU in Becoming

**กลยุทธ์ที่ 4:**  
ยกระดับขีดความสามารถและระบบนิเวศ  
พัฒนารูปแบบการดำเนินงาน (Operating Model) สมรรถนะบุคลากร และเครือข่ายความร่วมมือเพื่อรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน



## SSIP-TSU Strategic Framework

**กลยุทธ์ที่ 3:**  
สร้างผลกระทบสู่เศรษฐกิจและสังคม  
เร่งใช้ประโยชน์งานวิจัยและนวัตกรรม (Research Utilization) ขยายผลนวัตกรรมสังคมเพื่อเร่งรัดการเติบโตของผู้ประกอบการ/Startup

# กลยุทธ์ที่ 1

## การเปลี่ยนผ่านสู่องค์กรที่พึ่งพาตนเองทางการเงิน และเป็นศูนย์สร้างรายได้ (Profit Center)

### เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ :

กลยุทธ์นี้เป็นหัวใจของแผนฉบับใหม่และเป็นจุดแตกต่างเชิงยุทธศาสตร์ของอุทยานฯ โดยมุ่งปรับโครงสร้างรายได้จากการพึ่งพางบประมาณและส่วนแบ่งโครงการ สู่ รายได้จากบริการ กลไกเชิงพาณิชย์ พื้นที่ การจัดกิจกรรม และหลักสูตร ควบคู่กับ การพัฒนารูปแบบรายได้ใหม่ อาทิ การแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) การถือหุ้น (Equity) และการร่วมลงทุน (Joint Venture)

### วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 1.1

พัฒนาแบบจำลองรายได้ (Revenue Model) ของอุทยานฯ ให้มีความหลากหลาย พร้อมทั้ง เพิ่มศักยภาพในการควบคุมและสร้างกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 1.1

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
รายได้รวมของอุทยานฯ	เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนไม่น้อยกว่า 34 ล้านบาทต่อปี	ภายในปี พ.ศ. 2573
กำไรสุทธิของอุทยานฯ	เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยไม่น้อยกว่า 3.7 ล้านบาทต่อปี	ภายในปี พ.ศ. 2573
สัดส่วนรายได้จากบริการและกลไกเชิงพาณิชย์	เพิ่มขึ้น เป็น 6 ล้านบาทต่อปี	ภายในปี พ.ศ. 2573
มีรายได้ประจำต่อเนื่อง (Recurring Income)	เป็น 3 ล้านบาทต่อปี	ภายในปี พ.ศ. 2573
สัดส่วนรายได้จากงบประมาณและโครงการที่มีอัตรากำไรต่ำ (Low Profit Margin)	ลดลงอย่างต่อเนื่องจนเหลือไม่เกินร้อยละ 50 ของรายได้รวม	ภายในปี พ.ศ. 2573

## วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 1.2

จัดตั้งและขับเคลื่อนแพลตฟอร์มการให้บริการ (Service Platform) ในรูปแบบจุดบริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ให้ครอบคลุม ทุกพันธกิจหลัก พร้อมทั้ง ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 1.2

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
มีรายการบริการ (Service Catalog) และมาตรฐานราคา (Pricing Standard)	ที่ใช้งานได้อย่างน้อย 3 โครงการ	ภายในปี พ.ศ. 2569
มีจุดบริการเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) รองรับ กลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ นักวิจัย นิสิต ผู้ประกอบการ และชุมชน	จำนวน 1 จุด	ภายในปี พ.ศ. 2570
โครงการใหม่ด้านผู้ประกอบการ การใช้ประโยชน์งานวิจัย และบริการนวัตกรรม นำ แพลตฟอร์มการให้บริการ (Service Platform)	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี	
ระยะเวลาการเข้าถึงบริการและการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	ลดลงไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปีอย่างมีนัยสำคัญ	
ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อระบบบริการ	อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง	

## วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 1.3

สร้างและขยายรายได้เชิงพาณิชย์ (Commercial Revenue) จากพื้นที่ หลักสูตร กิจกรรม และข้อตกลงทางธุรกิจ (Business Deals) ให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและวัดผลได้ชัดเจน

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 1.3

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
สร้างรายได้จากการใช้พื้นที่พื้นที่บ่มเพาะ และพื้นที่จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม	ไม่น้อยกว่า 0.5 ล้านบาท	ภายในปี พ.ศ. 2573
รายได้จากหลักสูตรระยะสั้น (Non-degree) หลักสูตรผู้บริหาร (Executive Program) ค่าเข้าชมชั้น (Bootcamp) และการอบรมเชิงพาณิชย์ (Commercial Training)	ไม่น้อยกว่า 0.5 ล้านบาท	ภายในปี พ.ศ. 2573
รายได้จากกิจกรรมเชิงพาณิชย์ อาทิ วันนำเสนอผลงาน (Demo Day) งานแสดงนวัตกรรม (Expo) การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) และความร่วมมือกับพันธมิตร (Partner)	ไม่น้อยกว่า 0.5 ล้านบาท	ภายในปี พ.ศ. 2573
เริ่มสร้างรายได้จากการถือหุ้น (Equity) การแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) หรือการร่วมลงทุน (Joint Venture) ผ่าน TSU Enterprise/Holding หรือโครงการที่อุทยานฯ ร่วมพัฒนา	ไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท	ภายในปี พ.ศ. 2573



## ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs)

### ของกลยุทธ์ที่ 1 แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

#### กลุ่มที่ 1: การเติบโตทางการเงิน (Financial Growth) (SSIP01-1) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ
		2569	2570	2571	2572	2573	
<b>SSIP01-1-1</b> (TSU17, TSU19, TSU20) รายได้รวม (Total Revenue)	ล้านบาท	> 29	>30	>31	>32	> 34	ทุกฝ่าย
<b>SSIP01-1-2</b> กำไรสุทธิ (Net Profit)	ล้านบาท	>1	>1.6	>2.3	>3	>3.7	OFFICE
<b>SSIP01-1-3</b> อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	ร้อยละ	-	10	10	12	12	OFFICE
<b>SSIP01-1-4</b> อัตราการเติบโตของกำไรสุทธิ (Profit Growth Rate)	ร้อยละ	-	20	20	20	20	OFFICE
<b>SSIP01-1-5</b> มูลค่ารายได้ประจำต่อเนื่อง (Recurring Income)	ล้านบาท	1	1.5	2	2.5	3	ทุกฝ่าย
<b>SSIP01-1-6</b> สัดส่วนรายได้ประจำต่อเนื่อง (Recurring Income Ratio)	ร้อยละ	-	9	9	9	9	ทุกฝ่าย
<b>SSIP01-1-7</b> อัตราการเติบโตของรายได้ประจำต่อเนื่อง (Recurring Income Growth Rate)	ร้อยละ	-	15	17	19	20	ทุกฝ่าย
<b>SSIP01-1-8</b> (TSU19) รายได้จากบริการวิชาการ	ล้านบาท		2	2.4	2.8	3.2	ทุกฝ่าย
<b>SSIP01-1-9</b> สัดส่วนงบประมาณจากแหล่งทุนภายนอก (External Funding Ratio)	โครงการ		2	3	4	5	ทุกฝ่าย



## ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs)

### ของกลยุทธ์ที่ 1 แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ (ต่อ)

#### กลุ่มที่ 2: โครงสร้างรายได้และความยั่งยืน (Revenue Structure & Sustainability) (SSIP01-2):

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ
		2569	2570	2571	2572	2573	
SSIP01-2-1	สัดส่วนรายได้จากแพลตฟอร์มการให้บริการ (Service Platform Revenue Ratio)	ร้อยละ	>5	>7	>9	>10	SPACE
SSIP01-2-2	สัดส่วนรายได้จากงบประมาณและโครงการที่มีอัตรากำไรต่ำ (Low Profit Margin Ratio)	ร้อยละ	<65	<60	<55	<50	OFFICE

#### กลุ่มที่ 3: การพัฒนาและพาณิชย์รายได้ใหม่ (Commercialization & New Revenue) (SSIP01-3):

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP01-3-1	จำนวนชุดบริการ (Service Packages) เปิดให้บริการใช้งานจริง	ชุด	1	>3	>5	>7	>10	SPACE
SSIP01-3-2	รายได้จากหลักสูตรและการอบรมเชิงพาณิชย์ รวมถึงกิจกรรมเชิงพาณิชย์ (Commercial Training and Event Revenue)	ล้านบาท	0.05	0.1	0.2	0.3	0.5	T-SEDA D-CORP D-TECH
SSIP01-3-3	รายได้จากการถือหุ้น (Equity) การแบ่งรายได้ (Revenue Sharing) และการร่วมลงทุน (Joint Venture: JV)	ล้านบาท		0.2	0.5	0.8	1	T-SEDA D-CORP D-TECH
SSIP01-3-4	รายได้จากการใช้พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก (Space and Facility Revenue)	ล้านบาท	0.05	0.1	0.2	0.3	0.5	SPACE

#### กลุ่มที่ 3: การพัฒนาและพาณิชย์รายได้ใหม่ (Commercialization & New Revenue) (SSIP01-3):

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP01-4-1	มูลค่าเงินค้างรับ (Accounts Receivable)	ร้อยละ	<10	<8	<6	<5	<5	OFFICE



## ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs)

### ของกลยุทธ์ที่ 1 แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ (ต่อ)

#### กลุ่มที่ 5: การพัฒนาระบบบริการ (Service Capability Development) (SSIP01-5) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ
		2569	2570	2571	2572	2573	
<b>SSIP01-5-1</b> จำนวนรายการบริการ (Service Catalog) ที่มีมาตรฐานราคา (Pricing Standard) และเปิดให้บริการจริง	รายการ	3	4	5	6	8	SPACE
<b>SSIP01-5-2</b> ระยะเวลาเฉลี่ยในการให้บริการ (Service Turnaround Time)	ร้อยละ	<5	<10	<10	<10	<10	T-SEDA SPACE D-CORP D-TECH
<b>SSIP01-5-3</b> จำนวนผู้ใช้บริการผ่านแพลตฟอร์มบริการ (Service Platform Users)	ร้อยละ	>10	>10	>10	>10	>10	SPACE
<b>SSIP01-5-4</b> คะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction Score: CSAT) คะแนนเต็ม 5 คะแนน	คะแนน	>4.2	>4.2	>4.2	>4.2	>4.2	OFFICE

# กลยุทธ์ที่ 2

การเป็นกลไกยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อน มหาวิทยาลัยกลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Reinventing University) ภายใต้นโยบาย 10 ค่านัดใหม่ และ TSU in Becoming ควบคู่กับ การเร่งพัฒนารัฐกิจ และผู้ประกอบการเทคโนโลยี

## เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ :

กลยุทธ์นี้มุ่งยกระดับอุทยานฯ จากหน่วยสนับสนุน สู่ กลไก ขับเคลื่อนเชิงระบบของมหาวิทยาลัยอย่างแท้จริง โดยใช้ ความร่วมมือ ถ่ายทอดองค์ความรู้ (TSU Knowledge Transfer Partnership) และ แพลตฟอร์มเร่งรัดธุรกิจ (TSU Business Acceleration Platform) เป็นแกนหลัก เพื่อเชื่อมโยง ทุกภาคส่วนของมหาวิทยาลัยกับภาคภายนอก ผู้ประกอบการ และสังคมอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

### วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 2.1

ยกระดับอุทยานฯ ให้เป็น หน่วยงานกลางในการถ่ายทอดองค์ความรู้ งานวิจัย และนวัตกรรมของมหาวิทยาลัย (การถ่ายทอดองค์ความรู้: Knowledge Transfer) สู่ การใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมและเกิด ผลลัพธ์ที่วัดได้

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 2.1

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
สร้างความร่วมมือเชิงปฏิบัติการ (Operational Collaboration) ร่วมกับ คณะ/ส่วนงานภายใน มหาวิทยาลัย	ไม่น้อยกว่า 5 หน่วย	ภายในปี พ.ศ. 2569
อุทยานฯ ทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหรือเจ้าภาพร่วม ใน นโยบายค่านัดใหม่ที่เกี่ยวข้องโดยตรง ครอบคลุม ด้านผู้ประกอบการ การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) การใช้ประโยชน์งานวิจัย (Research Utilization) TSU Enterprise และปัญญาชน สาธารณะ (Public Intellectual)	ไม่น้อยกว่า 2 ประเด็น	ภายในปี พ.ศ. 2570
พัฒนาและนำแพลตฟอร์มการจับคู่ความต้องการ (Demand Matching Platform) มา ใช้จริง เพื่อ เชื่อมโยงความต้องการจากภายนอกกับศักยภาพ ภายในมหาวิทยาลัย	ไม่น้อยกว่า 1 กรณีต่อปี	



## วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 2.2

สนับสนุน TSU in Becoming ผ่าน การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ และประสบการณ์ใหม่ (Innovative Learning Models) ให้เกิดการนำไปใช้จริงและสร้างผลลัพธ์ที่วัดได้

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 2.2

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
จำนวนหลักสูตรหรือกิจกรรมระยะสั้น (non-degree) หลักสูตรผู้บริหาร (Executive Program) และค่ายเข้มข้น (Bootcamp) ที่อุทยานฯ ร่วมขับเคลื่อน	1 หลักสูตรต่อปี	
จำนวนนิสิตและผู้เรียนที่เข้าสู่ระบบบ่มเพาะหรือการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Learning)	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 50 คนต่อปี	
การนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) มาใช้งานจริงในระบบการเรียนรู้ การวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ และการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยเกิดผลลัพธ์เชิงรูปธรรมที่สามารถวัดผลได้	อย่างน้อย 1 โครงการ/กรณีศึกษาต่อปี	
จำนวนผลงานหรือแฟ้มสะสมงาน (Portfolio) ของนิสิตและผู้เรียนที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาธุรกิจ นวัตกรรมและนวัตกรรมสังคม (Social Innovation)	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 3 ผลงานต่อปี	



## วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 2.3

สนับสนุนการขับเคลื่อนธุรกิจนวัตกรรมของมหาวิทยาลัย ผ่าน วิชาธุรกิจ และการถือหุ้นของมหาวิทยาลัย (: TSU Enterprise & Holding) เพื่อยกระดับการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจนวัตกรรมให้เกิดผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจและความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 2.2

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
มีช่องทางโครงการและธุรกิจที่มีศักยภาพ (Pipeline) สำหรับการเชื่อมต่อเข้าสู่วิชาธุรกิจและการถือหุ้นของมหาวิทยาลัย (TSU Enterprise & Holding) เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยสามารถนำโครงการเข้าสู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ได้	ไม่น้อยกว่า 1 โครงการ	ภายในปี พ.ศ. 2571
มีการพัฒนาธุรกิจ ที่เกิดจากองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัย (Spin-off) เข้าสู่กลไกเชิงพาณิชย์และการดำเนินธุรกิจจริงอย่างเป็นรูปธรรม		
มีการพัฒนาธุรกิจที่เกิดจากองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัย (Spin-off) เข้าสู่กลไกเชิงพาณิชย์และการดำเนินธุรกิจจริงอย่างเป็นรูปธรรม	ไม่น้อยกว่า 1 โครงการ	ภายในปี พ.ศ. 2571
จำนวนโครงการที่ก่อให้เกิดรายได้หรือผลตอบแทนร่วม (Revenue/Return Sharing Projects) ระหว่างอุทยานฯ กับมหาวิทยาลัย	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 3 โครงการต่อปี	



## ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) ของกลยุทธ์ที่ 2 แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (SSIP04) ดังนี้

### กลุ่มที่ 1: การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย (Strategic Alignment & Policy Impact) (SSIP02-1) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP02-1-1	จำนวนประเด็นที่ตอบสนองนโยบายค่านวัตกรรม ที่อุทยานฯ สนับสนุนจนเกิดผลลัพธ์เชิงรูปธรรม	ประเด็น	>2	>2	>2	>2	>2	T-SEDA SPACE  D-CORP  D-TECH
SSIP02-1-2	จำนวนโครงการที่สนับสนุนตัวชี้วัดของมหาวิทยาลัยกลุ่มที่ 2 (Reinventing University Performance Support Projects)	โครงการ	>2	>2	>2	>2	>2	T-SEDA SPACE D-CORP

### กลุ่มที่ 2: การเชื่อมโยงภายในมหาวิทยาลัย (University Integration) (SSIP02-2) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP02-2-1	จำนวนส่วนงานภายในมหาวิทยาลัยที่มีความร่วมมือเชิงปฏิบัติการกับอุทยานฯ	หน่วยงาน	>2	>3	>3	>5	>5	T-SEDA D-TECH  D-CORP
SSIP02-2-2	จำนวนโครงการที่เชื่อมโยงเข้าสู่กลไก วิสาหกิจและการถือหุ้นของมหาวิทยาลัย (Enterprise/Holding)	โครงการ	>1	>1	>1	>1	>1	D-CORP
SSIP02-2-3	มีจำนวนโครงการที่มีรูปแบบการแบ่งรายได้ (Revenue Sharing Projects)	โครงการ	>3	>3	>3	>3	>3	T-SEDA D-TECH  D-CORP



## ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) ของกลยุทธ์ที่ 2 แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (SSIP04) ดังนี้ (ต่อ)

### กลุ่มที่ 3: การพัฒนาคนและผู้ประกอบการ (Learning, Incubation & Human Capital) (SSIP02-3):

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ
		2569	2570	2571	2572	2573	
<b>SSIP02-3-4</b> จำนวนหลักสูตรหรือกิจกรรมระยะสั้น (Non-degree Programs) ที่อุทยานฯ มีส่วนร่วมในการพัฒนาและขับเคลื่อน	หลักสูตรหรือกิจกรรม	1	1	1	1	1	T-SEDA D-TECH D-CORP
<b>SSIP02-3-5</b> จำนวนนิสิตและผู้เรียนที่เข้าสู่ระบบบ่มเพาะหรือการเรียนรู้เชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Learning & Incubation System)	คน	50	70	80	90	100	T-SEDA
<b>SSIP02-3-6</b> จำนวนผู้ประกอบการได้รับการเรียนรู้ การพัฒนา หรือการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI Use Cases)	คน	50	75	100	125	150	T-SEDA D-TECH D-CORP

### กลุ่มที่ 4: การเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรม (External Linkage & Industry Engagement) (SSIP02-4):

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ
		2569	2570	2571	2572	2573	
<b>SSIP02-4-1 (TSU21)</b> ร้อยละของบุคลากรที่ปฏิบัติงานร่วมกับภาคธุรกิจ (Talent/Academic Mobility)	ราย	>5	>5	>5	>5	>5	D-CORP
<b>SSIP02-4-2 (TSU22)</b> จำนวนโครงการร่วมกับภาคอุตสาหกรรมของเอกชน (University-Industry Linkage)	โครงการ	2	2	2	2	2	D-CORP
<b>SSIP02-4-3</b> จำนวนโครงการจับคู่ความต้องการและศักยภาพที่เกิดขึ้นจริง (Demand Matching Projects)		1	1	1	1	1	D-CORP D-TECH

# กลยุทธ์ที่ 3

## การเร่งการใช้ประโยชน์องค์ความรู้ งานวิจัย และนวัตกรรมสู่เศรษฐกิจและสังคม

### เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ :

กลยุทธ์นี้ ต่อยอดโดยตรง จากแผนแม่บทเดิมของอุทยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคม ที่มุ่งเน้นการใช้ประโยชน์งานวิจัย (Research Utilization) การจับคู่งานทรัพย์สินทางปัญญา (IP Matching) การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) และการเชื่อมโยงผู้เชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยกับผู้ประกอบการ รวมทั้ง พัฒนาต่อจากผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ในประเด็นสำคัญได้แก่ ผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI: Social Return on Investment) การแบ่งกลุ่มลูกค้า (Customer Segmentation) และรูปแบบธุรกิจ (Business Model) อย่างเป็นระบบและชัดเจน

### วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 3.1

สร้างช่องทางการพัฒนาเชิงพาณิชย์ (Commercialization Pipeline) จาก งานวิจัย องค์ความรู้ และทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัย เพื่อเร่งการ ต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์และการสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรม

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 3.1

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
จำนวนงานวิจัยหรือเทคโนโลยีที่เข้าสู่กระบวนการประเมินศักยภาพเชิงพาณิชย์ (Commercial Potential Assessment)	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 3 รายการต่อปี	
จำนวนผลงานวิจัยที่ได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ หรือรูปแบบธุรกิจที่พร้อมใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	2 ผลงานต่อปี	
จำนวนข้อตกลงทางธุรกิจ ( Business Deal) ระหว่างนักวิจัย ผู้ประกอบการ ภาคเอกชน และชุมชน		
มูลค่ารายได้หรือผลตอบแทนจากการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ( Commercialization) การให้สิทธิใช้ประโยชน์ (Licensing) การแบ่งปันรายได้ (Revenue Sharing) และความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership Deal)	ไม่น้อยกว่า 0.5 ล้านบาท	ภายใน ปี พ.ศ 2573



## วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 3.2

เร่งรัดการเติบโตของผู้ประกอบการและธุรกิจนวัตกรรม รวมถึงธุรกิจฐานสังคมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 3.2

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
จำนวนผู้ประกอบการ นิสิต และธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่เข้าสู่ระบบบ่มเพาะและเร่งรัดธุรกิจ (Incubation and Acceleration)	ไม่น้อยกว่า 2 รายต่อปี และเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี	
จำนวนผู้ประกอบการที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ มาตรฐาน แบนด์ ช่องทางตลาด หรือรูปแบบธุรกิจจนบรรลุความสอดคล้องระหว่างผลิตภัณฑ์กับตลาด (Product-Market Fit)	ไม่น้อยกว่า 10 รายต่อปี และเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี	
จำนวนธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) ธุรกิจแตกยอด (Spin-off) และวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่เกิดจากระบบของอุทยานฯ	ไม่น้อยกว่า 3 รายต่อปี และเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี	
จำนวนผู้ประกอบการที่สามารถสร้างรายได้จริง (Revenue-Generating) ขยายตลาด (Market Expansion) หรือเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Funding Access)	ไม่น้อยกว่า 10 รายต่อปี และเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี	



## วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 3.3

ขยายผลนวัตกรรมสังคมเชิงพื้นที่สู่การสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่สามารถวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 3.3

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
จำนวนผู้ประกอบการ นิสิต และธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่เข้าสู่ระบบบ่มเพาะและเร่งรัดธุรกิจ (Incubation and Acceleration)	ไม่น้อยกว่า 2 รายต่อปี และเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี	
จำนวนโครงการนวัตกรรมสังคมเชิงพื้นที่ (Social Innovation Projects)	ไม่น้อยกว่า 10 โครงการต่อปี	
จำนวนชุมชนและผู้ประกอบการที่ได้รับประโยชน์จากการใช้ประโยชน์องค์ความรู้และนวัตกรรมของมหาวิทยาลัย (Beneficiaries)	ไม่น้อยกว่า 20 รายต่อปี	
จำนวนต้นแบบพื้นที่และต้นแบบบริการ (Prototype) ที่มีศักยภาพในการสื่อสารและขยายผลในระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ	ไม่น้อยกว่า 5 พื้นที่ต่อปี	



## ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) ของกลยุทธ์ที่ 3 แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (SSIP03) ดังนี้

### กลุ่มที่ 1: ทรัพยากรตั้งต้น (Input) (SSIP03-1) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP03-1-1	มีงบประมาณเทคโนโลยี และนวัตกรรม (TSU20)	ล้านบาท	-	1	2	2.5	3	D-CORP D-TECH

### กลุ่มที่ 2: กระบวนการพัฒนาและถ่ายทอด (Process) (SSIP03-2) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP03-2-1 (TSU20)	จำนวนผลงานวิจัยในกระบวนการพาณิชย์ (Commercialization Pipeline)	ผลงาน	3	4	5	6	7	D-CORP
SSIP03-2-2	จำนวนผลงานวิจัยที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์จริง (Research Utilization)	ผลงาน	2	2	2	3	3	D-CORP



## ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) ของกลยุทธ์ที่ 3 แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (SSIP03) ดังนี้ (ต่อ)

### กลุ่มที่ 3: ผลผลิตเชิงธุรกิจ/เศรษฐกิจ (Output) (SSIP03-3):

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP03-3-1	จำนวนธุรกิจที่คิดใหม่ (Startup / Spin-off / Social Enterprise)	ราย	2	2	2	3	3	T-SEDA
SSIP03-3-2	จำนวนข้อตกลงทางธุรกิจ (Business Deal)	ข้อตกลง	2	3	5	5	7	ทุกฝ่าย
SSIP03-3-3	มูลค่ารายได้จากการพาณิชย์ (Commercialization Revenue)	ล้านบาท	0.2	0.5	0.8	1	1.2	D-CORP

### กลุ่มที่ 4: ผลลัพธ์ปลายทาง/ผลกระทบ (Outcome & Impact) (SSIP03-4):

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP03-4-1	จำนวนผู้ได้รับประโยชน์ (Beneficiaries)	ราย	20	22	24	26	28	ทุกฝ่าย
SSIP03-4-2	มูลค่ารายได้ที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ (Incremental Income)	ล้านบาท	3	4	5	5	6	ทุกฝ่าย
SSIP03-4-3	SROI (Social Return on Investment)	เท่า	2	2	2	2	2	ทุกฝ่าย
SSIP03-4-3	จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาและบ่มเพาะ (Entrepreneurs Developed and Incubated)	ราย	10	10	10	12	12	T-SEDA

# กลยุทธ์ที่ 4

## การยกระดับขีดความสามารถองค์กร ระบบกำกับ และเครือข่ายให้รองรับการเติบโตอย่างยั่งยืน

### เป้าประสงค์ของกลยุทธ์ :

กลยุทธ์นี้ทำหน้าที่เป็น ฐานรองรับเชิงระบบ สำหรับทุกกลยุทธ์ของ อุกฤษฯ โดยมุ่งยกระดับรูปแบบการดำเนินงาน (Operating Model) ระบบ ข้อมูล ระบบติดตามและประเมินผล สมรรถนะบุคลากร และเครือข่ายความร่วมมือ ทั้งภายในและภายนอก เพื่อรองรับการเติบโตของอุกฤษฯ ในฐานะแพลตฟอร์มการ ให้บริการ (Service Platform) และศูนย์สร้างรายได้ (Profit Center) อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ทั้งนี้ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพคน การยกระดับระบบงาน การเตรียมโครงสร้างพื้นฐานใหม่ (New Infrastructure) และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในอนาคตอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

## วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 4.1

พัฒนารูปแบบการดำเนินงาน (Operating Model) และธรรมาภิบาลองค์กร (Governance) ให้รองรับ การเป็นแพลตฟอร์มการให้บริการ (Service Platform) และศูนย์สร้างรายได้ (Profit Center) อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 4.1

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
มีการกำหนดบทบาทของทุกฝ่ายให้เชื่อมโยงเป็นห่วงโซ่คุณค่าเดียวกัน ( Value Chain) อย่างชัดเจนครอบคลุมทั้งองค์กร และถูกนำไปใช้จริงในบริการหรือโครงการ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90	ภายในปี พ.ศ. 2573
มีระบบกระบวนการให้บริการ (Service Workflow) ข้อตกลงระดับการให้บริการ (Service Level Agreement: SLA) การอนุมัติราคา (Pricing Approval) และการทบทวนอัตรากำไรโครงการ (Project Margin Review) ที่นำไปใช้จริงครอบคลุมบริการหลัก	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60	ภายในปี พ.ศ. 2570
	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90	ภายในปี พ.ศ. 2573
ระบบแดชบอร์ดรายเดือน (Monthly Dashboard) สำหรับติดตามรายได้ (Revenue) กำไร (Profit) สายพัฒนาโครงการ (Pipeline) และผลการดำเนินงานของแต่ละฝ่าย (Performance	ภายในปี พ.ศ. 2571	ภายในปี พ.ศ. 2570
ระบบติดตามลูกหนี้ (Accounts Receivable) ต้นทุน (Cost) และผลตอบแทน (Return) ที่สามารถรายงานต่อผู้บริหารได้อย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้	ภายในปี พ.ศ. 2571	ภายในปี พ.ศ. 2571

## วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 4.2

ยกระดับสมรรถนะบุคลากรให้สอดคล้องกับบทบาทใหม่ขององค์กรและ  
รองรับการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 4.2

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
มีกรอบสมรรถนะตามบทบาท (Role-based Competency Framework) ครอบคลุมบุคลากรทุกตำแหน่ง และถูกนำไปใช้จริงในการบริหารและพัฒนาบุคลากร	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90	ภายในปี พ.ศ. 2572
บุคลากรในแต่ละฝ่ายได้รับการพัฒนาทักษะด้านธุรกิจ (Business) การเงิน (Finance) การบริการ (Service) การบริหารความร่วมมือ (Partner Management) และนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ (Innovation Commercialization) ครบถ้วนตามกรอบสมรรถนะตามบทบาท (Role-based Competency)	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ร้อยละ 100	ภายในปี พ.ศ. 2571 ภายในปี พ.ศ. 2573
ระบบการสืบทอดตำแหน่ง ( Succession Planning) และสายพัฒนาศักยภาพบุคลากร ( Talent Pipeline) ครอบคลุมตำแหน่งสำคัญ และนำไปใช้จริงในการพัฒนาบุคลากร	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ภายในปี พ.ศ. 2571
สัดส่วนบุคลากรที่สามารถใช้เครื่องมือดิจิทัล (Digital Tools) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ร้อยละ 100	ภายในปี พ.ศ. 2570 ภายในปี พ.ศ. 2573

## วัตถุประสงค์ (Objective) ข้อที่ 4.3

ยกระดับและบูรณาการเครือข่ายความร่วมมือและระบบนิเวศของอุทยานฯ ให้มีความเข้มแข็งและเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KRs) ข้อที่ 4.3

ประเด็น	ตัวชี้วัด	ปีที่กำหนด
จำนวนเครือข่ายความร่วมมือภายในมหาวิทยาลัยที่มีการดำเนินงานร่วมจริง ( Joint Execution)	ไม่น้อยกว่า 2 หน่วยต่อปี และเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี	
จำนวนเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงาน ภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคีระดับชาติ/นานาชาติที่มีความร่วมมือเชิงรุก ( Active Partners)	ไม่น้อยกว่า 20 ข้อตกลง	ภายในปี พ.ศ. 2573
จำนวนพันธมิตรที่ร่วมพัฒนาโครงการ สร้างรายได้ หรือผลกระทบอย่างต่อเนื่อง (Active Partners)	ไม่น้อยกว่า 2 ราย ต่อปี และมีโครงการหรือกิจกรรมร่วมไม่น้อยกว่า 2 โครงการต่อปี	
สัดส่วนการรับรู้และภาพลักษณ์ของอุทยานฯ ในฐานะหน่วยงานกลางด้าน นวัตกรรมและผลกระทบทางสังคม (Innovation and Social Impact) โดยวัดจากดัชนีการรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Perception Index: SPI)	เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 20 ต่อปี	



## ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) ของกลยุทธ์ที่ 4 แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม (SSIP04) ดังนี้

### กลุ่มที่ 1: ระบบงาน มาตรฐาน และการควบคุมองค์กร (Governance & Operational System) (SSIP04-1) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP04-1-1	จำนวนจำนวน เครื่องมือ ระบบ และกติกา ที่ถูกนำมาใช้จริงในการให้บริการ เพื่อให้การทำงานเป็นระบบ มี มาตรฐาน ควบคุมได้และใช้งานจริง (service workflow / policy / governance tools)	ร้อยละ	70	75	80	85	90	Office
SSIP04-1-2	มีระบบแดชบอร์ดรายงานผลรายเดือน (Monthly Performance Dashboard) / กรอบคลุม ระบบงานหลัก	ระบบ		1				SPACE

### กลุ่มที่ 2: Data & Digital Infrastructure (SSIP04-2) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP04-2-1	มีฐานข้อมูลของผู้ประกอบการที่ใช้บริการอุทยานวิทยาศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคได้	ฐานข้อมูล		1				SPACE

### กลุ่มที่ 3: ศักยภาพบุคลากร และ สุขภาวะองค์กร ( People Capability & Organizational Health ) (SSIP04-3) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP04-3-1	บุคลากรที่ผ่านการพัฒนาสมรรถนะตามกรอบที่กำหนด (Competency Development)	ร้อยละ	75	85	90	95	100	Office
SSIP04-3-2 (TSU33)	ความพึงพอใจบุคลากรต่อการบริหาร	ร้อยละ		>85	>85	>85	>85	Office
SSIP04-3-3	บุคลากรที่ผ่านการพัฒนาทักษะดิจิทัล (Digital Skill) และทักษะปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI Skill)	ร้อยละ		>70	>80	>90	100	Office



## ตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) ของกลยุทธ์ที่ 4 แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม (SSIP04) ดังนี้ (ต่อ)

### กลุ่มที่ 4: เครือข่ายและความร่วมมือเชิงปฏิบัติจริง (Ecosystem & Partnership) (SSIP04-4) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP04-4-1	ข้อตกลงความร่วมมือ (MOU / Agreement / Contract) ที่ยังมีผลใช้งานอยู่ในปัจจุบัน	ข้อตกลง	3	4	5	6	7	ทุกฝ่าย
SSIP04-4-2	โครงการที่ทำงานร่วมกับพันธมิตรจริง (joint projects to partner)	โครงการ		1	3	4	5	ทุกฝ่าย
SSIP04-4-3	พันธมิตรใหม่ (New Partners)	ราย	2	2	2	2	2	ทุกฝ่าย
SSIP04-4-4	พันธมิตรสะสมที่มีความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง (Active Partners)	ราย		10	15	18	20	ทุกฝ่าย

### กลุ่มที่ 5: ผลลัพธ์บริการและภาพลักษณ์องค์กร (Service Outcome & Market Perception) (SSIP04-5) :

Key Performance Indicators	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย					ฝ่ายที่รับผิดชอบ	
		2569	2570	2571	2572	2573		
SSIP04-5-1	คะแนนความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	90	90	90	90	90	ทุกฝ่าย
SSIP04-5-2	การรับรู้ของอุทยานฯ ผ่าน Website traffic Social media reach / engagement	ผู้ติดตาม	5,200	10,000	12,000	14,000	16,000	SPACE
SSIP04-5-3	ดัชนีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร (Perception Index)	ร้อยละ	70	75	80	85	90	SPACE

# สรุปกรอบการบริหาร แบบวัตถุประสงค์และผลลัพธ์หลัก (Objectives and Key Results: OKRs) ระดับแผน

เพื่อให้การขับเคลื่อนแผนกลยุทธ์มีความคล่องตัว (Agile) และสามารถติดตามผลได้อย่างต่อเนื่อง จึงกำหนดให้ใช้กรอบการบริหารแบบวัตถุประสงค์และผลลัพธ์หลัก (Objectives and Key Results: OKRs) ควบคู่กับตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators: KPIs) โดย KPIs ใช้สำหรับวัดผลเชิงปริมาณในระดับรายปี ขณะที่ OKRs กำหนดที่เป็นกลไกขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ในรอบไตรมาสและรายปีอย่างเป็นระบบ

## OKRs ระดับองค์กร (Organizational OKRs)

**วัตถุประสงค์ A :** ยกระดับองค์กรสู่แพลตฟอร์มบริการที่พึ่งพาตนเองได้และเป็นศูนย์กำไร (Self-Sustaining Service Platform and Profit Center)

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KR)s

- รายได้รวมบรรลุเป้าหมายตามหมุดหมายรายปี (Milestone) ต่อเนื่องสู่ 34 ล้านบาท
- กำไรสุทธิเป็นบวกอย่างต่อเนื่อง และบรรลุ 3.7 ล้านบาทภายในปี พ.ศ. 2573
- สัดส่วนรายได้จากบริการและกลไกเชิงพาณิชย์ (Commercial Revenue) เติบโตจนเป็นโครงสร้างรายได้หลัก
- ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) และระบบกำหนดราคา (Pricing System) ถูกนำไปใช้อย่างครบถ้วนในบริการหลัก

**วัตถุประสงค์ B :** เสริมบทบาทกลไกเชิงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย (University Strategic Enabler) สำหรับมหาวิทยาลัยกลุ่มที่ 2 นโยบาย 10 คานจัด และ TSU in Becoming

### ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KR)s

- มีบทบาทเชิงรุกในการขับเคลื่อนนโยบายคานจัดใหม่อย่างน้อย 5 ประเด็น
- มีโปรแกรมการเรียนรู้ การบ่มเพาะ และการเร่งรัดธุรกิจ (Learning / Incubation / Acceleration Programs) ที่เชื่อมโยงกับ TSU in Becoming อย่างต่อเนื่อง
- จำนวนนิสิต ผู้เรียน และผู้ประกอบการในระบบบ่มเพาะ (Incubation System) เพิ่มขึ้นสะสมทุกปี
- จำนวนโครงการที่เชื่อมโยงสู่หน่วยธุรกิจของมหาวิทยาลัย (TSU Enterprise / Holding) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

**วัตถุประสงค์ C:** ขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ผู้ประกอบการ และผลกระทบทางสังคมในระดับขยายผล (Commercialization, Entrepreneurship, and Social Impact at Scale)

**ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KR)s**

- จำนวนผลงานวิจัยในกระบวนการพาณิชย์ (Commercialization Pipeline) เพิ่มขึ้นต่อเนื่องรายปี
- จำนวนข้อตกลงเชิงพาณิชย์หรือการใช้ประโยชน์จริง (Commercial Deal / Research Utilization) เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ
- จำนวนธุรกิจนวัตกรรมใหม่ (Startup / Spin-off / Social Enterprise) เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง
- มีโครงการนวัตกรรมสังคมต้นแบบ (Flagship Social Innovation Projects) ที่สามารถวัดผลกระทบได้อย่างเป็นรูปธรรม

**วัตถุประสงค์ D:** พัฒนาองค์กรสมรรถนะสูงภายใต้ธรรมาภิบาลที่เข้มแข็งและเครือข่ายเชิงระบบ (High-Performance Organization with Strong Governance and Ecosystem Partnerships)

**ผลลัพธ์หลัก (Key Results: KR)s**

- มีระบบติดตามผลและเครื่องมือธรรมาภิบาล (Dashboard and Governance Tools) ที่ใช้งานได้จริง
- บุคลากรได้รับการพัฒนาสมรรถนะตามบทบาทใหม่ (Role-based Competency) อย่างครบถ้วน
- จำนวนพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ที่มีความร่วมมือเชิงรุก (Active Partner) เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง
- ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) สูงกว่าเกณฑ์เป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

## กรอบตัวชี้วัดระดับแผน (KPI Framework)

แผนกลยุทธ์ฉบับนี้กำหนดกรอบตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) ครอบคลุม 5 มิติหลัก เพื่อสะท้อนถึง “ผลตอบแทน” และ “พันธกิจ” อย่างสมดุล ได้แก่

### 1. มิติการเงิน (Financial Dimension)

รายได้รวม ทำไรสุทธิ สัดส่วนรายได้จากบริการ (Service Revenue Ratio) รายได้ประจำ (Recurring Income) รายได้จากพื้นที่ หลักสูตร ทักษะ รายได้จากการพาณิชย์ ผลงานวิจัย (Commercialization Revenue) การแบ่งปันรายได้หรือการร่วมลงทุน (Revenue Sharing / Joint Venture: JV) ระยะเวลาเรียกเก็บเงิน และลูกหนี้ค้างรับ

### 2. มิติการสนับสนุนมหาวิทยาลัย (University Contribution Dimension)

ประเด็นค่านิยมใหม่ที่สนับสนุน จำนวนโครงการที่เชื่อม TSU in Becoming จำนวนหน่วยงานภายในที่ร่วมมือ จำนวนผู้เรียนในหลักสูตรระยะสั้น (Non-degree / Micro-credential / Bootcamp) และจำนวนโครงการที่เชื่อม TSU Enterprise / Holding

### 3. มิติการใช้ประโยชน์งานวิจัยและนวัตกรรม (Research Utilization and Innovation Dimension)

จำนวนผลงานวิจัยในกระบวนการเชิงพาณิชย์ จำนวนผลงานวิจัยที่ใช้ประโยชน์จริง จำนวนข้อตกลงเชิงธุรกิจ (Business Deal) จำนวนธุรกิจนวัตกรรมใหม่ จำนวนผู้ประกอบการที่ผ่านการเร่งรัดธุรกิจ และจำนวนบริการด้านทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property: IP) มาตรฐาน และที่ปรึกษาที่นำไปใช้จริง

### 4. มิติผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจและสังคม (Economic and Social Impact Dimension)

จำนวนผู้ประกอบการและชุมชนที่ได้รับประโยชน์ มูลค่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น การจ้างงานที่เพิ่มขึ้น จำนวนพื้นที่ต้นแบบ จำนวนโครงการที่สามารถวัดผลกระทบได้ และค่าผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI)

### 5. มิติขีดความสามารถองค์กร (Organizational Capability Dimension)

จำนวนระบบงานและนโยบายที่ใช้งานจริง (Workflow / Policy / Dashboard) ระยะเวลาการให้บริการ ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ การพัฒนาสมรรถนะบุคลากร (Competency Uplift) จำนวนพันธมิตรเชิงรุก และอัตราการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI / Digital Tools Adoption)



## อุทยานวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมสังคม

อาคารศูนย์เครื่องมือกลาง  
มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง  
222 หมู่ที่ 2 ตำบลบ้านพร้าว  
อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง

074-609-600 ต่อ 7262

[ssip@tsu.ac.th](mailto:ssip@tsu.ac.th)