



แนวทางการบริหาร วิทยาลัยนวัตกรรม 2568-2570

รองศาสตราจารย์ ดร.คม คัมภีรานนท์



kam@citu.tu.ac.th

สารบัญ

สารบัญ	2
1. สถานการณ์ในปัจจุบัน	3
1.1 ประวัติความเป็นมาของวิทยาลัยนวัตกรรม	3
1.2 หลักสูตร	3
1.3 นักศึกษา	4
1.4 บุคลากร	4
1.5 งบประมาณ	4
2. กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 ความท้าทายของตลาดแรงงานโลก	6
2.2 ความท้าทายของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย	7
2.3 แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ฉบับที่ 13 (2565-2570) (ฉบับทบทวน) ปีงบประมาณ 2568	8
2.4 การรับฟังความเห็นจากประชาคม วันที่ 20 มิถุนายน 2568	9
2.4.1 ภาพรวมหรือสภาพแวดล้อมในการบริหารงานวิทยาลัยฯ ในปัจจุบัน	9
2.4.2 ข้อเสนอแนะวิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าว	10
2.4.3 ทิศทางของวิทยาลัยฯ ในอนาคต	10
2.4.4 คุณสมบัติของคณาบดีที่พึงประสงค์	11
2.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT ANALYSIS)	11
3. แนวทางการบริหารวิทยาลัยนวัตกรรม	13
3.1 วิสัยทัศน์	13
3.2 ค่านิยม	13
3.3 ยุทธศาสตร์	13
4. ประวัติและผลงานที่สำคัญ	16
4.1 การศึกษา	16
4.2 ประสบการณ์ทำงาน	16
4.3 ผลงานที่สำคัญในวิทยาลัยนวัตกรรม	16
4.3.1 วิชาการและหลักสูตร	16
4.3.2 กองทุนวิจัย วิทยาลัยนวัตกรรม	17
4.3.3 โครงการบริการวิชาการด้านนวัตกรรม	17
4.4 ผลงานวิชาการ	18
4.4.1 บทความวารสาร (Journal)	18
4.4.2 บทความประชุมวิชาการ (Conference Proceedings)	19
4.4.3 หนังสือ (Edited Book)	21
4.4.4 หนังสือ (Book Chapter)	21
4.5 หลักสูตรอบรม	22

1. สถานการณ์ในปัจจุบัน

1.1 ประวัติความเป็นมาของวิทยาลัยนวัตกรรม

วิทยาลัยนวัตกรรมถือกำเนิดขึ้นในปี 2538 จากวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของสภามหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยาที่ต้องการจะริเริ่ม “สิ่งใหม่” ให้กับวงการศึกษานานาชาติ และเป็นรูปแบบใหม่ของหน่วยงานในมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยาที่ได้ปรับเปลี่ยนจากที่จัดตั้งเป็นคณะและภาควิชามาสู่วิทยาลัย (College) และในปีที่ 12 สภามหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยาได้มีมติให้มีการแก้ไขชื่อ “วิทยาลัยนวัตกรรมศึกษา” เป็น “วิทยาลัยนวัตกรรม” และเปลี่ยนชื่อตำแหน่งผู้รับผิดชอบการบริหารงานวิทยาลัย จาก “ผู้อำนวยการ” เป็น “คณบดี” เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2551 โดยวิทยาลัยนวัตกรรม เกิดขึ้นจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารมหาวิทยาลัยพระนครศรีอยุธยา ที่ได้หยิบยกประเด็นหลัก ๆ 4 ประการ คือ

1. จะต้องเป็นการศึกษาที่ผสมผสานศาสตร์ทางด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
2. จะต้องเป็นการศึกษาที่สร้างความเชื่อมโยงระหว่างการเรียนรู้ การสอน การวิจัย และการบริการสังคม
3. จะต้องส่งเสริมให้มีการสร้างสรรค์นวัตกรรม ตลอดจนสามารถนำทรัพย์สินทางปัญญาออกมาใช้ประโยชน์ได้
4. จะต้องมีการบริหารจัดการที่เป็นอิสระจากระบบราชการ สามารถร่วมงานกับภาคเอกชนได้อย่างใกล้ชิด

1.2 หลักสูตร

ปัจจุบันวิทยาลัยเปิดการเรียนการสอนใน 7 หลักสูตร โดยแบ่งเป็นหลักสูตรปริญญาตรี 3 หลักสูตรได้แก่

1. ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการบริการ (หลักสูตรนานาชาติ) (BSI)
2. ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (BMCI)
3. วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมและการแปรรูปทางดิจิทัล (DX)

ระดับปริญญาตรี จัดการเรียนการสอนเป็น 2 ช่วง ได้แก่

ชั้นปีที่ 1 วิชา General Education ผ่านการบรรยาย และ Active Learning

ชั้นปีที่ 2 - 4 รายวิชาเฉพาะของแต่ละหลักสูตร ผ่านกระบวนการ Problem-based Learning โดยชั้นปีที่ 3 มีการฝึกงานในหน่วยงานต่าง ๆ

หลักสูตรปริญญาโท 4 หลักสูตรได้แก่

1. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ข้อมูลประยุกต์ (หลักสูตร online) (DS)
2. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการแปรรูปธุรกิจทางดิจิทัล (MDX)
3. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารนวัตกรรมและเทคโนโลยี (MTT)
4. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (MCI)

ระดับปริญญาโท จัดการเรียนการสอน ออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่

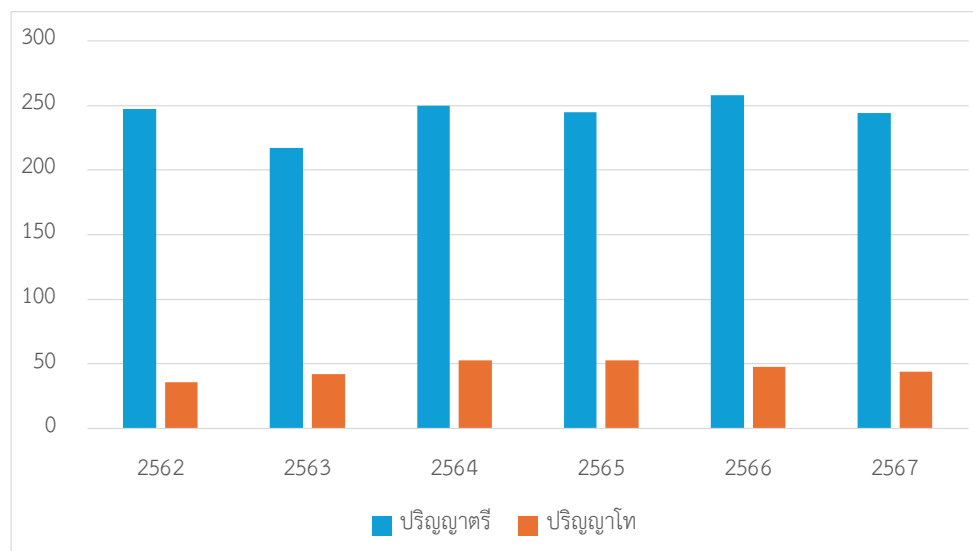
ชั้นปีที่ 1 Course Work ของหลักสูตรปกติ เรียนที่ท่าพระจันทร์

ชั้นปีที่ 1 Course Work ของหลักสูตรออนไลน์ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ข้อมูล เรียนผ่านระบบบริหารการเรียนการสอนออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต

ชั้นปีที่ 2 เป็นการทบทวนนิพนธ์และการค้นคว้าอิสระของทุกหลักสูตร

1.3 นักศึกษา

ระดับปริญญาตรีเปิดสอนจำนวน 3 หลักสูตร มีนักศึกษารวม 762 คน ขณะที่ระดับปริญญาโทเปิดสอน 4 หลักสูตร มีนักศึกษารวม 98 คน โดยในแต่ละปี ระดับปริญญาตรีมีนักศึกษาใหม่ขึ้นทะเบียนเฉลี่ยประมาณ 243 คน และระดับปริญญาโทเฉลี่ยประมาณ 46 คนต่อปี



รูปที่ 1: จำนวนนักศึกษาใหม่ขึ้นทะเบียนในแต่ละปี

1.4 บุคลากร

จำแนกกลุ่มตามคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการและตำแหน่งความก้าวหน้าของสายสนับสนุนวิชาการดังนี้

คุณวุฒิ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	รวม
สายวิชาการ	-	-	2	34	36
สายสนับสนุนวิชาการ	2	27	3	0	32
รวม	2	27	5	34	68

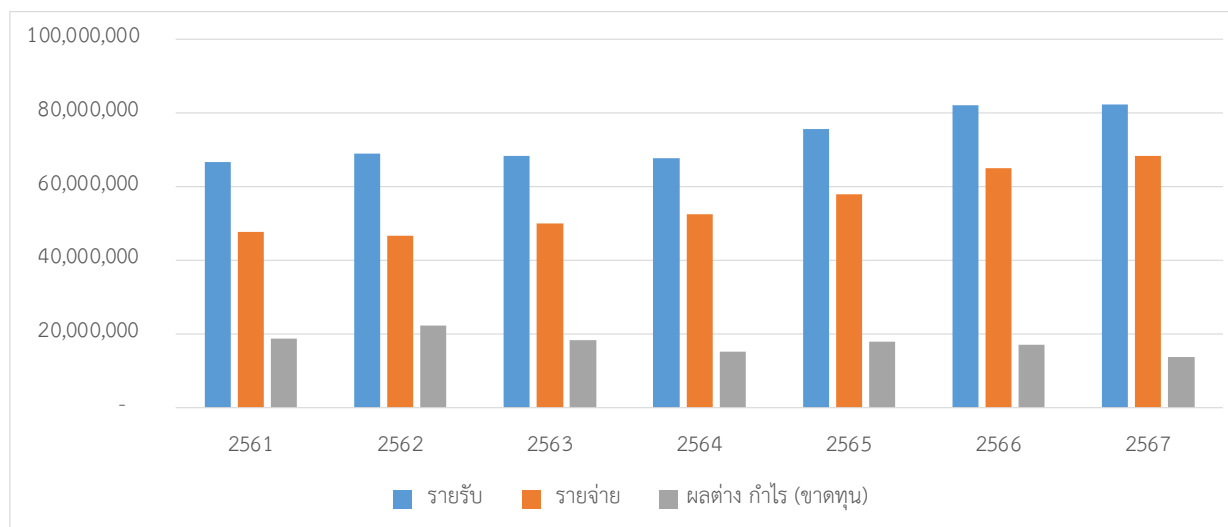
ความก้าวหน้าในอาชีพ

1. ศาสตราจารย์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.56
2. รองศาสตราจารย์ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 25
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.56
4. สายสนับสนุนวิชาการ ชำนาญการ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.38

1.5 งบประมาณ

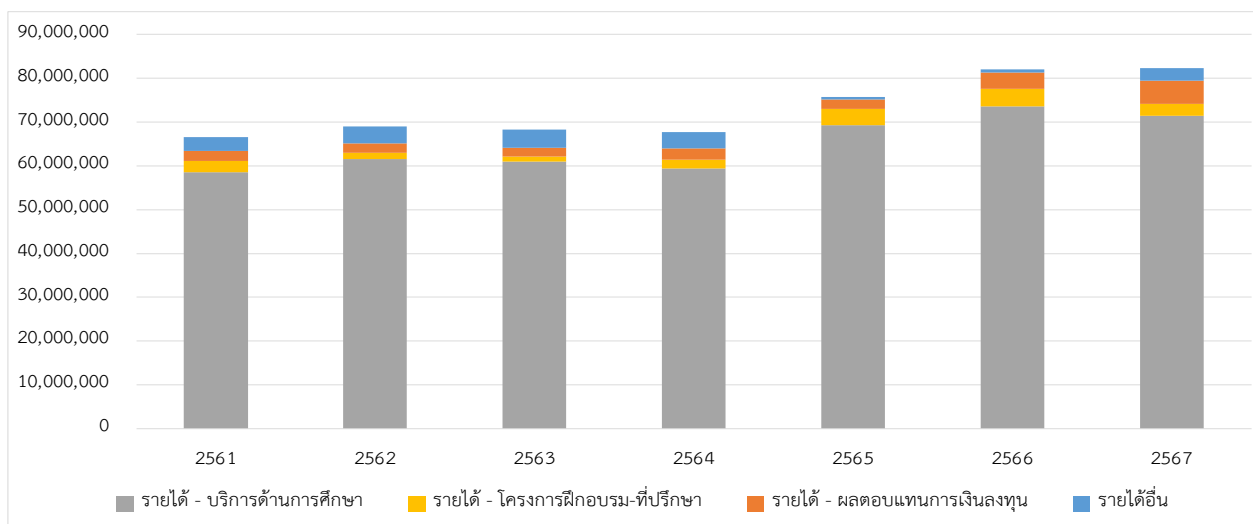
โดยภาพรวม วิทยาลัยสามารถสร้างรายได้มากกว่ารายจ่ายในช่วงปี พ.ศ.2561-2567 เป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 10 กว่าล้านบาททุกปี ดังแสดงในรูปที่ 1 ทำให้วิทยาลัยมีเงินทุนสะสมมากขึ้นและความแข็งแกร่งทางการเงินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยรายได้เติบโตอย่างต่อเนื่องเป็น 80 กว่าล้านบาทในปี พ.ศ.2567 (ดูกราฟแท่งสีน้ำเงิน) ขณะที่รายจ่าย (แท่งสีส้ม) เพิ่มขึ้นเช่นกัน แต่ยังคงต่ำกว่ารายได้ทุกปี แม้ในระยะสั้นของบางช่วง เช่น พ.ศ. 2563 และ พ.ศ. 2564 ส่วนต่างระหว่างรายได้และรายจ่ายลดลงเล็กน้อย แต่วิทยาลัยก็มีการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการเปิดการเรียนการสอนเพิ่ม ส่งผลให้ส่วนต่าง

ระหว่างรายได้และรายจ่ายกลับมาเพิ่ม สะท้อนถึงการบริหารรายรับรายจ่ายที่มีประสิทธิภาพ ในอนาคตวิทยาลัยยังคงมีแผนเปิดหลักสูตรใหม่เพื่อสร้างรายได้ด้านการศึกษาเพื่อรักษาสถานะการเงินที่มั่นคงต่อไป



รูปที่ 2: กราฟแสดงการเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายของวิทยาลัยนวัตกรรม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ถึง พ.ศ. 2567

รายได้หลักของหน่วยงานมาจากบริการด้านการศึกษาคือส่วนสูงสุดทุกปี ดังแสดงในรูปที่ 2 อย่างไรก็ตาม ในช่วงปีหลัง วิทยาลัยพยายามกระจายแหล่งรายได้ของหน่วยงานเพื่อเพิ่มความมั่นคงทางรายได้ ซึ่งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นสะท้อนในรายได้จากโครงการฝึกอบรม-ที่ปรึกษาและผลตอบแทนจากการลงทุนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น



รูปที่ 3: กราฟแสดงโครงสร้างรายได้ของวิทยาลัยนวัตกรรมตั้งแต่ พ.ศ. 2561 ถึง พ.ศ. 2567

2 กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความท้าทายของตลาดแรงงานโลก

จากรายงาน Future of Jobs Report 2025¹ โดย World Economic Forum (WEF) ซึ่งเก็บข้อมูลจากนายจ้างกว่า 1,000 รายใน 22 กลุ่มอุตสาหกรรม ครอบคลุม 55 ประเทศทั่วโลก สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของตลาดแรงงานโลกในทศวรรษหน้า โดยเฉพาะในปี 2030 ที่กำลังจะมาถึงอย่างรวดเร็ว จุดสำคัญคือ ตลาดแรงงานจะเข้าสู่ยุคที่ไม่ได้ทำงานแบบเดิมอีกต่อไป แต่จะทำงานร่วมกับเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิด ซึ่งเรียกว่า Human-Machine Collaboration และมีแนวโน้มว่า งานใหม่จะเกิดขึ้นมากกว่า 170 ล้านตำแหน่งทั่วโลก หรือประมาณ 14% ของตำแหน่งงานในปัจจุบัน ขณะเดียวกัน สัดส่วนของงานที่เป็นการทำงานโดยมนุษย์คนเดียวจะลดลงจาก 44% เหลือเพียง 29%



รูปที่ 4: 15 อันดับทักษะจำเป็น (Core Skills) ภายในปี 2030

ที่มา: True Digital Academy²

นอกจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของรูปแบบงานแล้ว รายงานยังระบุ “ทักษะสำคัญ” ที่องค์กรต้องการภายในปี 2030 ไว้ 15 อันดับ โดยเน้นทั้งทักษะทางเทคโนโลยี เช่น AI, Big Data, Technological Literacy และทักษะทางด้านมนุษยสัมพันธ์ เช่น Empathy, Active Listening, Leadership, Resilience รวมถึงทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ซึ่งสะท้อนว่าองค์กรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพมนุษย์แบบองค์รวม ทั้งด้านความคิด วิเคราะห์ การสื่อสาร และการเข้าใจตนเองและผู้อื่นควบคู่กับการเข้าใจเทคโนโลยี

¹ <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2025/>

² <https://www.truedigitalacademy.com/blog/update-job-skills-of-tomorrow-the-future-of-jobs-report-2025>

องค์กรทั่วโลกต่างวางแผนเตรียมความพร้อมด้าน “คน” อย่างจริงจัง โดย 85% ให้ความสำคัญกับการเพิ่มทักษะ (Upskilling) ให้กับพนักงาน, 70% วางแผนจะจ้างคนที่มีทักษะใหม่ๆ, 63% ลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อเสริมศักยภาพการทำงาน และ 41% วางแผนลดจำนวนคนที่ไม่มีความตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มเพิ่มการลงทุนในโปรแกรมพัฒนาทักษะใหม่ให้กับพนักงาน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต³

2.2 ความท้าทายของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยได้ศึกษาภาพอนาคตของระบบการศึกษาไทยใน 20 ปีข้างหน้า ในประเด็นความท้าทายด้านการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร พบว่าในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวนเด็กนักเรียนลดลงตามอัตราการเกิดของประชากร แม้นักเรียนจะอยู่ในระบบการศึกษานานขึ้น แต่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกลับไม่ดีขึ้น หรือมีแนวโน้มลดลง ขณะที่ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษายังเพิ่มสูงขึ้น งบประมาณและจำนวนครูบุคลากรในระบบมีแนวโน้มลดลงตามจำนวนนักเรียนที่ลดลง ในระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยของรัฐประสบปัญหานักศึกษาลดลงต่อเนื่อง ขณะที่มหาวิทยาลัยเอกชนสามารถรักษานักศึกษาได้จากการรับนักศึกษาต่างชาติ โดยเฉพาะนักศึกษาจีนที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด งบประมาณจากรัฐที่มอบให้มหาวิทยาลัยมีแนวโน้มลดลงเช่นกัน แต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันไปตามความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรและหารายได้ของแต่ละมหาวิทยาลัย

เมื่อพิจารณาร่วมกันทั้งระดับขั้นพื้นฐานและอุดมศึกษา พบแนวโน้มชัดเจนว่า จำนวนผู้เรียนในระบบจะลดลงต่อเนื่อง ส่งผลให้โรงเรียนขนาดเล็กเพิ่มขึ้น งบประมาณที่จัดสรรไปยังโรงเรียนลดลง คุณภาพการศึกษามีแนวโน้มถดถอย รายได้ของมหาวิทยาลัยจากค่าหน่วยกิตและเงินอุดหนุนลดลง ทำให้ต้องเร่งปรับตัวเพื่อดึงดูดนักศึกษาและหาแหล่งรายได้ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งพึ่งพางบประมาณจากรัฐเป็นหลักอาจได้รับผลกระทบมากที่สุด⁴

นอกจากนี้ ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และผลกระทบจากโควิด-19 ที่เร่งให้ระบบการศึกษาต้องปรับตัวอย่างเฉียบพลัน ระบบอุดมศึกษาไทยกำลังเผชิญกับแรงกดดันรอบด้าน ทั้งความเหลื่อมล้ำที่เรื้อรัง การแข่งขันของตลาดแรงงาน และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สอวช.) จึงได้จัดทำรายงาน “ระบบอุดมศึกษาไทยในบริบทของประเทศพัฒนาแล้ว” เพื่อผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบให้สถาบันอุดมศึกษาไทยสามารถแข่งขันในเวทีโลก และตอบโจทย์ความต้องการของประเทศอย่างแท้จริง

รายงานเสนอแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของอุดมศึกษาไทย 10 ประการ เช่น การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อรองรับสังคมสูงวัย (Multistage Life), การพัฒนา credit bank กลางเพื่อให้สะสมหน่วยกิตได้อย่างยืดหยุ่น, การลดความเหลื่อมล้ำด้วยการกระจายโอกาสทางการศึกษา, การออกแบบหลักสูตรร่วมกับภาคเอกชน (Co-creation) เพื่อลดปัญหา skill mismatch, การเปลี่ยนจากการเรียนเพื่อปริญญาไปสู่การเรียนรู้เพื่อทักษะที่ใช้ได้จริง (Employability-oriented), การเน้นสมรรถนะ (Competency-based) แทนการเน้นเนื้อหา (Content-based), การยกระดับมุมมองจากท้องถิ่นสู่ระดับโลก (Global Perspective), การพัฒนานิเวศสร้างสรรค์ (Creative Ecosystem), การเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Opened Access), และการจัดสรรงบประมาณที่ตอบสนองต่ออุปสงค์ของสังคม (Demand-directed Financing)⁵ รายงานนี้ชี้ให้เห็นว่า การปรับตัวของมหาวิทยาลัยไม่ใช่แค่การปรับหลักสูตร แต่ต้องเปลี่ยนทั้งระบบความคิด วิธีบริหารจัดการ และพันธกิจหลัก เพื่อสร้างทุนมนุษย์ที่สามารถขับเคลื่อนประเทศไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้วได้อย่างยั่งยืน

⁴ https://tdri.or.th/wp-content/uploads/2023/11/2021_08_ประเทศไทยในอนาคต-Future-Thailand-มิติที่-3.pdf

⁵ <https://www.nxpo.or.th/สมุดปกขาวระบบอุดมศึกษา/>

2.3 แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยนวกกรรมศาสตร์ ฉบับที่ 13 (2565-2570) (ฉบับทบทวน) ปีงบประมาณ 2568

แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยนวกกรรมศาสตร์ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2565–2570) ฉบับทบทวนปีงบประมาณ 2568 จัดทำขึ้นเพื่อปรับทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง มุ่งรับมือกับความท้าทายทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงความคาดหวังจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมหาวิทยาลัยได้ทบทวนแผนยุทธศาสตร์ฉบับที่ 13 ประจำปีงบประมาณ 2568 เพื่อกำหนดกรอบและทิศทางการดำเนินงานปี 2568–2570 โดยพิจารณาปัจจัยภายใน-ภายนอก ความคิดเห็นจากผู้บริหาร บุคลากร นักศึกษา ศิษย์เก่า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พร้อมเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) และนโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อววน.) (พ.ศ. 2567–2570) รวมถึงแนวโน้มเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเทคโนโลยี เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

ดังนั้น เพื่อให้มหาวิทยาลัยยังคงจุดเน้นในด้านที่เชี่ยวชาญ คือ การเป็นที่พึ่งของประชาชน จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ “มหาวิทยาลัยสมบูรณ์แบบชั้นนำเพื่อสังคมแห่งอนาคต” (Leading Comprehensive University for Future Societies) มหาวิทยาลัยนวกกรรมศาสตร์มุ่งไปสู่ความเป็นเลิศในเชิงประจักษ์ ทั้งในด้านการผลิตบัณฑิต การพัฒนาองค์ความรู้ที่สร้างคุณค่าและคุณประโยชน์แก่สังคม ทั้งในปัจจุบัน และตอบโจทยความต้องการสังคมแห่งอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 1: การเป็นมหาวิทยาลัยสมบูรณ์แบบ (Comprehensive University) ชั้นนำแห่งอนาคต	มุ่งพัฒนามหาวิทยาลัยนวกกรรมศาสตร์ให้เป็นที่ยอมรับในฐานะมหาวิทยาลัยสมบูรณ์แบบ (Comprehensive University) ที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งใน ภูมิภาค เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความเป็นเลิศในทุกกลุ่มสาขาวิชา มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัยก้าวทันความเปลี่ยนแปลงและเน้นการบูรณาการข้ามศาสตร์ มีรูปแบบและแนวทางการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งพัฒนาทั้งความรู้และศักยภาพผู้เรียนให้เหมาะกับการทำงานในโลกอนาคต ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ตามความสนใจได้ทุกที่ทุกเวลา กระบวนการเรียนรู้เน้นพัฒนาความสามารถในการคิดวิเคราะห์และการฝึกหัดประสบการณ์จริง เพื่อให้บัณฑิตที่จบออกไปสามารถทำงานได้ทันทีและเป็นที่ต้องการของผู้ใช้บัณฑิตฯ	1.1 พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนที่ตอบสนองความต้องการของสังคมแห่งอนาคต 1.2 ส่งเสริมการเรียนรู้ในทุกศาสตร์ให้เน้นการลงมือปฏิบัติ มุ่งการสร้างความรู้เชิงบูรณาการและสร้างทักษะที่จำเป็นในโลกอนาคต 1.3 พัฒนาศักยภาพอาจารย์สู่การเป็นผู้นำการเรียนรู้ 1.4 กลไกพิเศษสนับสนุนในการสร้างความร่วมมือเพื่อความเป็นเลิศในการสร้างผลงานด้านวิชาการวิจัย และบริการวิชาการ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อสังคม	มุ่งพัฒนามหาวิทยาลัยนวกกรรมศาสตร์ให้เป็นที่พึ่งของสังคมในฐานะแหล่งผลิตบุคลากรของชาติที่มีจิตสาธารณะที่เป็นที่พึ่งของประชาชน และเป็นสถาบันวิชาการที่สร้างองค์ความรู้ที่มีคุณค่าสูงตอบโจทย์สังคมไทยและสังคมโลกทั้งในปัจจุบันและอนาคต ผ่านการสร้างงานวิจัย นวัตกรรม งานสร้างสรรค์ และผลงานวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ แล้ว ส่งเสริมการเผยแพร่และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งการเป็นที่พึ่งของสังคมในด้านการให้บริการวิชาการและ	2.1 พัฒนาบุคลากรและนักศึกษาให้เป็นที่พึ่งของสังคม 2.2 สร้างองค์ความรู้ที่มีคุณค่าผ่านการสร้างงานวิจัย นวัตกรรม งานสร้างสรรค์ และผลงานวิชาการรูปแบบต่าง ๆ 2.3 เชื่อมโยงผลงานวิจัย นวัตกรรม และงานสร้างสรรค์กับการพัฒนาสังคมและชุมชน 2.4 ให้บริการวิชาการและบริการสุขภาพที่มีคุณภาพสูง 2.5 ขยายโอกาสทางการศึกษา

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
	บริการสุขภาพที่ตอบสนองความต้องการของสังคมด้วยมาตรฐานสูงระดับสากล	
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การสร้างความสุขและความยั่งยืนให้กับประชาคมธรรมศาสตร์	มุ่งพัฒนามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ให้เป็นสถาบันการศึกษาที่ประชาคมทุกกลุ่มมีความสุขพร้อมทั้งมีศักยภาพสูงในการดำเนินงานตามพันธกิจเพื่อจะสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำเพื่อสังคมแห่งอนาคตได้ทั้ง 4 ศูนย์การศึกษา โดยคำนึงถึงการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนไม่ว่าจะเป็นด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการเงิน ด้านกายภาพ ด้านไอที และด้านการสร้างความร่วมมือรวมทั้งเป็นองค์กรธรรมาภิบาลที่มีมาตรฐานการดำเนินงานในระดับสากล	3.1 พัฒนากายภาพเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับประชาคมธรรมศาสตร์ 3.2 พัฒนาระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์และสวัสดิการบุคลากรเพื่อพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ 3.3 พัฒนาระบบการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ 3.4 พัฒนาดิจิทัลเพื่อการดำเนินงาน และสนับสนุนกระบวนการทำงาน ระบบข้อมูลสารสนเทศในการจัดการองค์กร 3.5 พัฒนาด้านการคลังและความมั่นคงทางการเงิน 3.6 ส่งเสริมความเป็นองค์กรธรรมาภิบาล 3.7 ส่งเสริมความเป็นเลิศด้านความยั่งยืน ด้วยการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนของมหาวิทยาลัย (SDGs)

2.4 การรับฟังความคิดเห็นจากประชาคม วันที่ 20 มิถุนายน 2568

จากการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยและนักศึกษาของวิทยาลัยนวัตกรรม วันศุกร์ที่ 20 มิถุนายน 2568 ณ ห้อง CITU404 ชั้น 4 วิทยาลัยนวัตกรรม มธ. ท่าพระจันทร์ และโดยระบบการประชุมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Microsoft Teams) ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยและนักศึกษาของวิทยาลัยนวัตกรรมได้เสนอความคิดเห็นตามประเด็นโดยสรุปดังนี้

2.4.1 ภาพรวมหรือสภาพแวดล้อมในการบริหารงานวิทยาลัยฯ ในปัจจุบัน

ภาพรวมสถานการณ์และสภาพแวดล้อมของวิทยาลัยนวัตกรรม สามารถสรุปได้ 5 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. สิทธิและสวัสดิการบุคลากร: อาจารย์ได้รับเงินประจำตำแหน่งทางวิชาการเพียงเท่าเดียว และไม่ได้รับพระราชทานเครื่องราชอิสริยาภรณ์เพราะมีสถานะเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย (ส่วนงาน)
2. พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก: พื้นที่เรียนและทำกิจกรรมไม่เพียงพอ, โต๊ะเรียนไม่เหมาะสม, พรอมอัปชั่น, ตู้กดน้ำไม่สะอาด, และสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร
3. การจัดการเรียนการสอน: รายวิชาบางวิชาไม่สอดคล้องกับหลักสูตร, การเลื่อนคลาสกระทบต่อนักศึกษา, หลักสูตรบางสาขายังไม่ทันสมัย
4. การมีส่วนร่วมของบุคลากรและนักศึกษา: ขาดกิจกรรมแลกเปลี่ยนระหว่างอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา, ห้องพักอาจารย์ไม่เอื้อต่อการทำงาน
5. หลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา: นักศึกษาปริญญาโทมีน้อยและได้รับการสนับสนุนน้อย เช่น การอบรม วิจัย ดูงาน ต่างประเทศ และควรมีแผนเชิญศิษย์เก่าปริญญาตรีเรียนต่อปริญญาโทเพิ่ม

2.4.2 ข้อเสนอแนะวิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ข้อเสนอแนะวิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าวของวิทยาลัยนวัตกรรม สามารถสรุปได้ 10 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. สนับสนุนโอกาสทางการศึกษาและกิจกรรมต่างประเทศ: เสนอให้มีทุนหรือส่วนลดสำหรับนักศึกษาที่ขาดแคลน เพื่อเปิดโอกาสให้เข้าร่วมกิจกรรมต่างประเทศมากขึ้น
2. เพิ่มทุนการศึกษาและสวัสดิการนักศึกษา: สนับสนุนทุนสำหรับนักศึกษาที่มีปัญหาทางการเงิน รวมถึงนักศึกษาปริญญาโทและเจ้าหน้าที่
3. ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์และสื่อสาร: เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่าน LINE Official และแจ้งข้อมูลกิจกรรม ตารางเรียน ตารางสอบ ให้รวดเร็วขึ้น
4. พัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน: ปรับปรุงรายวิชาให้ทันสมัย เน้นการเรียนรู้เชิงลึก และเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาชีพหลังเรียนจบ
5. ส่งเสริมกิจกรรมเสริมทักษะและการแข่งขัน: จัดอบรม ทักษะอาชีพ การประกวด Business Plan และเชิญนักเรียนมัธยมเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ
6. เพิ่มความร่วมมือกับภายนอกและโอกาสฝึกงาน: ผลักดัน MOU กับองค์กรต่าง ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสฝึกงาน และสนับสนุนโครงการ Work and Travel
7. ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและพื้นที่ใช้งาน: ปรับปรุงห้องคอมพิวเตอร์ พื้นที่พักผ่อนของนักศึกษา เจริญขอใช้พื้นที่ว่างจากคณะอื่นเพื่อกิจกรรมเพิ่มเติม
8. เพิ่มความยืดหยุ่นในสวัสดิการและการทำงาน: เสนอให้มีสวัสดิการยืดหยุ่น เช่น ตรวจสอบสุขภาพ อบรม และรักษาพยาบาล รวมถึงสนับสนุน Work from Home การทบทวนลาพักผ่อน และเงินค่าตอบแทนพิเศษประจำปีใหม่
9. ทบทวนและจัดสรรภาระงานสอนของอาจารย์: ให้เป็นไปตามเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนด พร้อมทั้งส่งเสริมการสอนข้ามหลักสูตรในรายวิชาที่มีความเหมาะสมและสามารถดำเนินการได้
10. ส่งเสริมการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน: วางแผนระยะยาวที่เปิดโอกาสให้คณาจารย์และบุคลากรมีส่วนร่วม พร้อมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดีผ่านกิจกรรมเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างอาจารย์ นักศึกษา และศิษย์เก่า เพื่อสนับสนุนการเติบโตของวิทยาลัยอย่างมีส่วนร่วม

2.4.3 ทิศทางของวิทยาลัยฯ ในอนาคต

1. เนื่องจากวิทยาลัยฯ มีการจัดหลักสูตรนานาชาติ จึงต้องการให้วิทยาลัยฯ มีความเป็นนานาชาติเพิ่มมากขึ้นจากที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน แม้จะมีความร่วมมือกับต่างประเทศ แต่ยังไม่เห็นภาพที่ชัดเจนว่าอยู่จุดใด และมีความโดดเด่นในเรื่องใดเท่าที่ควร หากมีการผลักดันในจุดนี้ จะช่วยเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวงกว้างมากขึ้น
2. หากวิทยาลัยฯ มีการให้ความใส่ใจ สนับสนุนในเรื่องของวิชาการที่มากขึ้น รวมถึงอาจจะมีชุมชนต่าง ๆ ตามความสนใจยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความสามัคคี และคอนเนกชั่นให้แก่นักศึกษาทุกระดับเพื่อประโยชน์ในอนาคต เช่น หากวิทยาลัยฯ สนับสนุนนักศึกษา เรื่อง การแข่งขัน เชิงวิชาการต่าง ๆ นอกจากจะทำให้ศึกษามีผลงานสำหรับอนาคตไม่ว่าจะเรียนต่อ หรือการทำงาน ก็จะสามารถทำให้มีทั้งประสบการณ์ และโอกาสที่ดี รวมถึงวิทยาลัยฯ ก็สามารถสร้างชื่อเสียงในเชิงนี้ได้ เพิ่มมากยิ่งขึ้น
3. ต้องการให้เป็นวิทยาลัยฯ ชี้นำในการสร้างนวัตกรรม
4. ควรผลักดันในเรื่อง credit bank อย่างจริงจัง

2.4.4 คุณสมบัติของคนบติที่พึงประสงค์

1. เป็นผู้ที่มีความก้าวหน้าของวิทยาลัยฯ และมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่า ต้องการให้ วิทยาลัยฯ ไปในแนวทางใด
2. มีความพร้อมทั้งทุนทรัพย์เพื่อต้องการพัฒนาวิทยาลัยฯ ให้โดดเด่นออกไปสู่ สาธารณชน และพร้อมพูดคุย และรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรภายในองค์กร รวมถึงนักศึกษา เพื่อก้าวหน้าไปพร้อมกันในทุกด้าน
3. ควรมีการรับฟังและสนับสนุนกิจกรรมของทุก ๆ หลักสูตรให้เท่าเทียมกัน รวมถึงมีความมุ่งมั่นในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาวิทยาลัยฯ
4. มีวิสัยทัศน์ก้าวไกล ใส่ใจรอบข้าง เป็นตัวอย่างที่ดี
5. เป็นผู้ที่มีความกล้าหาญ มีความเข้าใจ มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นและสามารถ สร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันภายในวิทยาลัยฯ

2.5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

Strengths	Weakness
S1 เปิดสอนหลักสูตรที่ทันสมัย ตอบโจทย์อนาคต เช่น หลักสูตรปริญญาโทออนไลน์ Data Science S2 คณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีบทบาทเชิงวิชาการและนโยบายจากหลากหลายสาขา S3 มีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน และในระดับนานาชาติ S4 วิทยาลัยตั้งอยู่ในทำเลใจกลางเมือง ซึ่งเอื้อต่อการเชื่อมโยงกับภาครัฐกิจ หน่วยงานภาครัฐ และแหล่งเรียนรู้ภายนอก	W1 พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อการเรียนรู้และทำกิจกรรมของนักศึกษา W2 การจัดการเรียนการสอนยังมีข้อจำกัด ทั้งด้านเนื้อหาหลักสูตร บางรายวิชาที่ไม่ทันสมัยและควรปรับปรุงการบริหารจัดการชั้นเรียน W3 การมีส่วนร่วมระหว่างอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษายังไม่ทั่วถึง ขาดกิจกรรมเชื่อมโยงและพื้นที่สร้างปฏิสัมพันธ์ W4 หลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษายังขาดการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ ทั้งด้านจำนวนนักศึกษา และการเชื่อมโยงกับศิษย์เก่า
Opportunities	Threats
O1 มุ่งเน้นการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรม และสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยเชื่อมโยงความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ O2 สนับสนุนโอกาสทางการศึกษาและการพัฒนาทักษะ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้นอกห้องเรียน O3 ปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน เน้นการพัฒนาทักษะและสมรรถนะที่ใช้ได้จริง O4 พัฒนาสวัสดิการและรูปแบบการทำงานที่ยืดหยุ่น ควบคู่กับการวางแผนพัฒนาองค์กรโดยเน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากร และสื่อสารให้ประชาคมได้รับข้อมูลอย่างทั่วถึง	T1 การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีส่งผลให้งานบางประเภทลดลง ขณะเดียวกันทักษะใหม่ เช่น เทคโนโลยีดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และการคิดเชิงระบบ เป็นที่ ต้องการมากขึ้น T2 แนวโน้มจำนวนผู้เรียนลดลง จากอัตราการเกิดของประชากรที่ลดลง ส่งผลต่อการบริหารทรัพยากรและการวางแผนงบประมาณของสถาบันการศึกษา T3 การแข่งขันที่สูงขึ้นของหลักสูตรในระดับอุดมศึกษา ทั้งการแข่งขันจากภายนอกและภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ T4 ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจอาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท (Degree program)

เมื่อได้ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน จุดแข็งและจุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอกโอกาสและอุปสรรคของวิทยาลัยนวัตกรรมแล้ว ได้นำมาสรุปผลการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ของแนวทางการบริหารวิทยาลัยนวัตกรรม ดังนี้

SWOT	กลยุทธ์	ยุทธศาสตร์
S1 S3 S4 W1 W2 O2 O3 T1 T3 T4	1.1 Flagship Super Premium: พัฒนาหลักสูตรร่วมกับมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศ เช่น 2+2, 3+1 และร่วมกับคู่ความร่วมมือในประเทศไทย เพื่อเชื่อมโยงหัวข้อโครงการของนักศึกษากับความต้องการภาคอุตสาหกรรม	1. New Business Models for Academic Programs
S1 S3 S4 W2 W4 O1 O3 T1 T2	1.2 Master's Degree Pathway: พัฒนา micro-credentials / credit bank จากรายวิชาในหลักสูตรระดับปริญญาโท และพัฒนาหลักสูตรตรีควบโทร่วมกับหลักสูตรภายในหรือภายนอกวิทยาลัย	
S1 S3 W2 O1 O3 T1 T3 T4	1.3 Innovation Core: ปรับโครงสร้างหลักสูตรให้มีรายวิชาพื้นฐานด้านนวัตกรรมร่วมกัน พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้แต่ละหลักสูตรปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับนานาชาติและ/หรือมาตรฐานวิชาชีพ	
S2 S3 O1 T1	2.1 Global Research Partnerships: ต่อยอดความร่วมมือด้านการวิจัยกับเครือข่ายระดับนานาชาติ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเผยแพร่ผลงานวิชาการผ่านงานประชุมวิชาการนานาชาติและวารสารนานาชาติ	2. Excellence in Teaching, Research & Consultancy
S2 S3 O1 T1	2.2 Research Unit: จัดตั้งหน่วยวิจัยนวัตกรรมบริการเพื่อธุรกิจที่ยั่งยืนและเติบโตแบบก้าวกระโดด (ServX) ที่ตอบโจทย์ความต้องการของภาครัฐและเอกชน และเพื่อสนับสนุนการทำวิจัยของคณาจารย์	
S2 W2 O1 O2 T1	2.3 Innovative Teaching: สนับสนุนทุนให้คณาจารย์เข้าร่วมการอบรมเทคนิคการสอนจากสถาบันชั้นนำในต่างประเทศ เพื่อนำกลับมาประยุกต์ใช้ที่วิทยาลัย รวมถึงสนับสนุนให้คณาจารย์เข้ารับการอบรมเพื่อขอรับรองสมรรถนะ Thailand-PSF	
S3 W3 O1 T4	3.1 CITU Connect: สร้างความร่วมมือกับศิษย์เก่าและพันธมิตรจากภาครัฐและเอกชนในหลากหลายรูปแบบ เช่น โครงการฝึกงาน การศึกษาดูงาน การแข่งขันเชิงวิชาการ รวมถึงการร่วมเป็น Mentor ในโครงการ Capstone และ Hackathon เพื่อส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้เชิงปฏิบัติของนักศึกษา	3. Student Experience Innovation
S1 W3 O4 T1	3.2 Digital Service: พัฒนาช่องทางออนไลน์ เช่น LINE Official และ TU Greats App เพื่อสื่อสารข้อมูลกิจกรรม ตารางเรียน ตารางสอบ และตอบข้อซักถามของนักศึกษาอย่างสะดวกรวดเร็ว พร้อมทั้งเชื่อมโยงและส่งต่อข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ	
S4 W1 O1 O2 T1	3.3 Maker Space: จัดสรรพื้นที่สำหรับนักศึกษาในการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือโครงการเพื่อสังคม พร้อมทั้งปรับปรุงห้องคอมมอนและพื้นที่พักผ่อนให้เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการใช้ความคิดสร้างสรรค์	
S2 W3 O4 T1	4.1 CITUgether: การประชุม Townhall ร่วมกับคณาจารย์ และบุคลากรทุกภาคการศึกษา เพื่อสื่อสารทิศทางกลยุทธ์ รับฟังข้อเสนอแนะ และสร้างความเป็นทีม รวมถึงกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคณาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา	4. Transformative Workplace
S4 W1 O4 T1	4.2 Smart Workplace: ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดขั้นตอนการทำงานด้วยแนวคิด Lean พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ และจัดทำ Dashboard สำหรับติดตามความก้าวหน้าของงานอย่างเป็นระบบ	
S4 W3 O4 T2	4.3 Wellbeing: พัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคณาจารย์และบุคลากร เช่น การจัดพื้นที่ Co-Working Space สำหรับการทำงานร่วมกัน ปรับปรุงสำนักงานและบริเวณบันไดเชื่อมต่อระหว่างชั้น 3 ถึง 5 รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพกายและใจอย่างต่อเนื่อง	

3. แนวทางการบริหารวิทยาลัยนวัตกรรม

3.1 วิสัยทัศน์

สถาบันชั้นนำด้านนวัตกรรมการจัดการ เพื่อสร้างสรรค์สังคมแห่งอนาคต

Leading institution in management innovation for future societies

3.2 ค่านิยม

CITU // NEXT

1. N – Next-Gen Thinking: วิถีคิดแบบใหม่
2. E – Exponential Impact: สร้างผลกระทบ
3. X – eXperiential Learning: เรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ
4. T – Transformative Culture: เปิดรับการเปลี่ยนแปลง

3.3 ยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์ / เป้าประสงค์	กลยุทธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 1: New Business Models for Academic Programs เป้าประสงค์: มุ่งพัฒนาหลักสูตรที่ผู้เรียนมีทางเลือกการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่น ทันสมัย และสามารถพัฒนาทักษะที่ตรงกับความต้องการของตลาดงานในอนาคต โดยผลลัพธ์ที่สำคัญ ได้แก่ การผลิตบัณฑิตที่มีความสามารถระดับสากล ผ่านหลักสูตรร่วมกับมหาวิทยาลัยและองค์กรพันธมิตรในและต่างประเทศ การพัฒนาหลักสูตรแบบ micro-credentials และ credit bank ที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถสะสมและนำไปเทียบโอนในระดับที่สูงขึ้น รวมถึงการปรับหลักสูตรให้มีรายวิชาพื้นฐานด้านนวัตกรรมร่วมกัน เพื่อปลูกฝังวิถีคิดและทักษะนวัตกรรมในทุกระดับการศึกษา ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้เรียน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของวิทยาลัยในฐานะผู้นำด้านการศึกษาเพื่ออนาคต	1.1 Flagship Super Premium: พัฒนาหลักสูตรร่วมกับมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศ เช่น 2+2, 3+1 และร่วมกับคู่ความร่วมมือในประเทศไทย เพื่อเชื่อมโยงหัวข้อโครงการของนักศึกษากับความต้องการภาคอุตสาหกรรม 1.2 Master's Degree Pathway: พัฒนา micro-credentials / credit bank จากรายวิชาในหลักสูตรระดับปริญญาโท และพัฒนาหลักสูตรตรีควบโทร่วมกับหลักสูตรภายในหรือภายนอกวิทยาลัย 1.3 Innovation Core: ปรับโครงสร้างหลักสูตรให้มีรายวิชาพื้นฐานด้านนวัตกรรมร่วมกัน พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้แต่ละหลักสูตรปรับหลักสูตรให้สอดคล้องกับมาตรฐานระดับนานาชาติ และ/หรือมาตรฐานวิชาชีพ
ยุทธศาสตร์ที่ 2: Excellence in Teaching, Research & Consultancy เป้าประสงค์: เพื่อเพื่อยกระดับคุณภาพทางวิชาการของวิทยาลัยนวัตกรรม ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคณาจารย์ให้มีศักยภาพสูงทั้งในด้านการสอนและการวิจัย ผ่านการจัดตั้งหน่วยวิจัยเพื่อสร้างงานวิจัยที่ตอบโจทย์ภาครัฐและเอกชน ต่อยอดความร่วมมือกับเครือข่ายนานาชาติเพื่อเพิ่มการเผยแพร่ผลงานวิชาการ และส่งเสริมการเรียนการสอนแบบนวัตกรรมด้วยการอบรมและรับรองสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาชีพ ผลลัพธ์สำคัญที่คาดหวังคือการเพิ่มจำนวนงานวิจัยที่มีคุณภาพ การขยายเครือข่ายความร่วมมือระดับนานาชาติ และการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสำหรับนักศึกษา	2.1 Global Research Partnerships: ต่อยอดความร่วมมือด้านการวิจัยกับเครือข่ายระดับนานาชาติ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเผยแพร่ผลงานวิชาการผ่านงานประชุมวิชาการนานาชาติและวารสารนานาชาติ 2.2 ServX Research Unit: จัดตั้งหน่วยวิจัยนวัตกรรมบริการเพื่อธุรกิจที่ยั่งยืนและเติบโตแบบก้าวกระโดด (ServX) ที่ตอบโจทย์ความต้องการของภาครัฐและเอกชน และเพื่อสนับสนุนการทำวิจัยของคณาจารย์ 2.3 Innovative Teaching: สนับสนุนทุนให้คณาจารย์เข้าร่วมการอบรมเทคนิคการสอนจากสถาบันชั้นนำในต่างประเทศ เพื่อนำกลับมาประยุกต์ใช้ที่วิทยาลัย รวมถึงสนับสนุนให้คณาจารย์เข้ารับการอบรมเพื่อขอรับรองสมรรถนะ Thailand-PSF

ประเด็นยุทธศาสตร์ / เป้าประสงค์	กลยุทธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 3: Student Experience Innovation เป้าประสงค์: เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษาแบบองค์รวม ผ่านการพัฒนาพื้นที่ Maker Space และห้องคอมพิวเตอร์ให้เป็นพื้นที่สร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือกับศิษย์เก่าและพันธมิตรในภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อเปิดโอกาสในการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำจริง และการพัฒนาระบบบริการดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและการให้บริการอย่างรวดเร็วและทั่วถึง โดยมุ่งหวังให้นักศึกษามีความพร้อมทั้งด้านวิชาการ ทักษะอาชีพ และความสามารถในการปรับตัวในโลกอนาคต	3.1 CITU Connect: สร้างความร่วมมือกับศิษย์เก่าและพันธมิตรจากภาครัฐและเอกชนในหลากหลายรูปแบบ เช่น โครงการฝึกงาน การศึกษาดูงาน การแข่งขันเชิงวิชาการ รวมถึงการร่วมเป็น Mentor ในโครงการ Capstone และ Hackathon เพื่อส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้เชิงปฏิบัติของนักศึกษา 3.2 Digital Service: พัฒนาช่องทางออนไลน์ เช่น LINE Official และ TU Greats App เพื่อสื่อสารข้อมูลกิจกรรม ตารางเรียน ตารางสอบ และตอบข้อซักถามของนักศึกษาอย่างสะดวก รวดเร็ว พร้อมทั้งเชื่อมโยงและส่งต่อข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ 3.3 Maker Space: จัดสรรพื้นที่สำหรับนักศึกษาในการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ หรือโครงการเพื่อสังคม พร้อมทั้งปรับปรุงห้องคอมพิวเตอร์และพื้นที่พักผ่อนให้เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการใช้ความคิดสร้างสรรค์
ยุทธศาสตร์ที่ 4: Transformative Workplace เป้าประสงค์: เพื่อสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่เน้นการมีส่วนร่วม ความเป็นทีม และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยผ่านการจัดประชุม Townhall เพื่อสื่อสารทิศทางและรับฟังความคิดเห็น การส่งเสริมบรรยากาศแห่งความสัมพันธ์ด้วยกิจกรรม “CITUgether” การใช้เทคโนโลยีและแนวคิด Smart Workplace เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดขั้นตอนการทำงาน และการพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานให้เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกัน และสุขภาวะที่ดี ทั้งทางกายและใจ โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร	4.1 CITUgether: การประชุม Townhall ร่วมกับคณาจารย์และบุคลากรทุกภาคการศึกษา เพื่อสื่อสารทิศทางกลยุทธ์ รับฟังข้อเสนอแนะ และสร้างความเป็นทีม รวมถึงกิจกรรม CITUgether สร้างความสัมพันธ์ระหว่างคณาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา 4.2 Smart Workplace: ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดขั้นตอนการทำงานด้วยแนวคิด Lean พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการ และจัดทำ Dashboard สำหรับติดตามความก้าวหน้าของงานอย่างเป็นระบบ 4.3 Wellbeing: พัฒนาสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคณาจารย์และบุคลากร เช่น การจัดพื้นที่ Co-Working Space สำหรับการทำงานร่วมกัน ปรับปรุงสำนักงานและบริเวณบันไดเชื่อมต่อระหว่างชั้น 3 ถึง 5 รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพกายและใจอย่างต่อเนื่อง

วิทยาลัยนวัตกรรมนวัตกรรม

สถาบันชั้นนำด้านนวัตกรรมจัดการ เพื่อสร้างสังคมแห่งอนาคต
Leading institution in management innovation for future societies

คำนิยาม	CITU // NEXT N – Next Gen Thinking (วิธีคิดแบบใหม่) E – Exponential Impact (สร้างผลกระทบ) X – eXperiential Learning (เรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ) T – Transformative Culture (เปิดรับการเปลี่ยนแปลง)			
ยุทธศาสตร์	1. New Business Model for Academic Programs พัฒนาหลักสูตรที่ยืดหยุ่น ทันสมัย และตอบโจทย์งานใน อนาคต	2. Excellence in Teaching, Research & Consultancy ยกระดับคุณภาพทางวิชาการ สู่ระดับสากล	3. Student eXperience Innovation เพิ่มศักยภาพและ ประสบการณ์การเรียนรู้ของ นักศึกษา	4. Transformative Workplace เสริมสร้างวัฒนธรรมการ ทำงานที่มีส่วนร่วม
	Comprehensive University	การเป็นมหาวิทยาลัยของสังคม	การสร้างความสุขและความยั่งยืนให้กับประชาคมธรรมศาสตร์	

4. ประวัติและผลงานที่สำคัญ

4.1 การศึกษา

- 2550 Ph.D. (Tourism Management), University of Queensland ประเทศออสเตรเลีย
2545 M.S. (Hospitality & Tourism), University of Wisconsin-Stout ประเทศสหรัฐอเมริกา
2542 ศศ.บ. (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4.2 ประสบการณ์ทำงาน

- 2562 – ปัจจุบัน รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย วิทยาลัยนวัตกรรม
2562 – ปัจจุบัน คณะกรรมการประจำวิทยาลัย วิทยาลัยนวัตกรรม
2566 – ปัจจุบัน ผู้ตรวจประเมินคุณภาพภายในของมหาวิทยาลัยตามเกณฑ์ EdPEX มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2567 – ปัจจุบัน คณะกรรมการจริยธรรมในคน สาขาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2561 – 2562 ผู้อำนวยการหลักสูตรนานาชาติ นวัตกรรมบริการและการออกแบบการบริการ วิทยาลัยนวัตกรรม
2560 – 2561 รองผู้อำนวยการหลักสูตรนานาชาติ นวัตกรรมบริการและการออกแบบการบริการ วิทยาลัยนวัตกรรม
2560 – ปัจจุบัน อาจารย์ประจำหลักสูตรนานาชาติ นวัตกรรมบริการ วิทยาลัยนวัตกรรม
2559 – 2560 รองคณบดีฝ่ายเครือข่ายและหลักสูตรนานาชาติ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
2557 – 2559 ผู้อำนวยการฝ่ายวิเทศสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
2553 – 2559 รองคณบดีฝ่ายบริหาร วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
2551 – 2553 ผู้อำนวยการหลักสูตรนานาชาติ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
2545 – 2546 Management Trainee, Hilton International Bangkok

4.3 ผลงานที่สำคัญในวิทยาลัยนวัตกรรม

4.3.1 วิชาการและหลักสูตร

1. จัดโครงการ International Seminar Series เพื่อเปิดเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญระดับนานาชาติ
2. ส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่าน International Summer Programs ร่วมกับมหาวิทยาลัยคู่สัญญาในประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ อินโดนีเซีย และญี่ปุ่น
3. ผลักดันหลักสูตรนวัตกรรมบริการ (BSI) เข้าสู่การรับรองคุณภาพระดับโลกจากองค์การสหประชาชาติ (UN Tourism's TedQual Certification System) (จะทราบผลประเมินในเดือนกันยายน 2568)
4. พัฒนารายวิชา Design Thinking for Business Strategy and Entrepreneurship สำหรับหลักสูตรออนไลน์ในระดับปริญญาโท สาขา Digital Business Transformation (Data Science)
5. จัดทำโครงการ Visiting Scholar Program ร่วมกับ Universiti Teknologi MARA (UiTM) ประเทศมาเลเซีย เพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านวิชาการระหว่างประเทศ

4.3.2 กองทุนวิจัย วิทยาลัยนวัตกรรม

1. จัดตั้งทุนวิจัย Fast Track เพื่อพัฒนาศักยภาพผลงานวิจัยของคณาจารย์อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
2. จัดตั้งทุนการเขียนตำราและหนังสือวิชาการ เพื่อส่งเสริมการผลิตองค์ความรู้และทรัพยากรทางวิชาการ
3. จัดตั้งวารสารวิชาการ Journal of Design, Management and Technology Innovation (JDTMI) เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ
4. จัดงานประชุมวิชาการนานาชาติ International Conference on Health Oriented Tourism & Hospitality (ICoHOTH) ในปี 2566
5. ร่วมเป็นเจ้าภาพ (Co-host) จัดงานประชุมวิชาการนานาชาติ The International Joint Conferences on Hospitality and Tourism หรือ IJCHT ในปี 2565 (อินโดนีเซีย), 2567 (เวียดนาม) และ 2568 (ไทย) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการระดับนานาชาติ

4.3.3 โครงการบริการวิชาการด้านนวัตกรรม

- 2568 หัวหน้าโครงการพัฒนานวัตกรรมงานบริการภาครัฐ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.)
- 2568 นักวิจัยโครงการการพัฒนามาตรการและกลไกการเพิ่มจำนวนวิสาหกิจนวัตกรรมรายใหม่ระยะเริ่มต้น (Early-stage) ผ่านการยกระดับหน่วยบ่มเพาะผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมการลงทุนของ University Holding Company สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ
- 2567 นักวิจัยโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลและการจัดการนวัตกรรม องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ
- 2566 นักวิจัยโครงการจัดทำแผนแม่บทนวัตกรรม บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
- 2566 กรรมการตัดสินรางวัล โครงการความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
- 2566 กรรมการตัดสินรางวัล โครงการความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ธนาคาร CIMB Thai
- 2565 หัวหน้าโครงการจัดทำแผนพัฒนาการจัดการความรู้ บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
- 2565 วิทยากร โครงการการออกแบบและพัฒนาความรู้ด้านการจัดการนวัตกรรม ทำอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย และทำอากาศยานหาดใหญ่ บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
- 2565 วิทยากร โครงการชุมชนนักพัฒนานวัตกรรม (Development Crew: DevCrew) บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
- 2565 หัวหน้าโครงการอบรม Customer-Focused Innovation บริษัท Indorama Ventures จำกัด
- 2565 หัวหน้าโครงการอบรม COP Sustainability-Innovation Competition บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด
- 2565 หัวหน้าโครงการอบรม Business Disruption & Innovation บริษัท บุญรอด บริวเวอรี่ จำกัด
- 2565 กรรมการตัดสินนวัตกรรมโครงการ Creations de UiTM: International Mega Innovation Competition 2022 Universiti Teknologi MARA (UiTM), Malaysia
- 2564 วิทยากรและกรรมการตัดสินรางวัล โครงการความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
- 2563 หัวหน้าโครงการจัดทำแผนแม่บทด้านนวัตกรรม สำนักงานธนาุเคราะห์ กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ
- 2562 นักวิจัยโครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบสื่อสาร การไฟฟ้านครหลวง

4.4 ผลงานวิชาการ

4.4.1 บทความวารสาร (Journal)

1. CAMPIRANON, K. (2024). Thai Airport Operator's Knowledge Management During COVID-19. *Journal of International Studies*, Prince of Songkla University, 14(1).
2. CAMPIRANON, K. (2022). Enhancing the customer journey during COVID-19 through service design: A case study of pawnshops in Bangkok. *Thammasat Review*, 25(1).
3. PRUNGRUNG, B., & CAMPIRANON, K. (2021). The Effect of the Perceived Image of SookSiam at ICONSIAM toward Thai Customer Attitudes. *Inthanin Thaksin Journal*, 16(1).
4. RAMJAN, S., & CAMPIRANON, K. (2020). An Analysis of the Factors Influencing the Successful Implementation of MICE eRFP Platforms in the Hotel Business. *Thammasat Review*, 23(1).
5. NANTIPAK, Y., & CAMPIRANON, K. (2020). Factors Affecting the Purchase Decision's Behavior of Products in Multi-Brand Store through Instagram of Generation Y Consumers. *Rajapark Journal*, 14(36).
6. CAMPIRANON, K. (2019). Examining the Competitiveness of Smart Tourism in Thailand by Using the Diamond Model. *Suthiparithat Journal*, 33(107).
7. CAMPIRANON, K. (2018). Enhancing Competitive Advantage through Service Innovation: A Case Study of Thai Hotel Management Companies. *Suthiparithat Journal*, April-June (Special Issue), 1-14.
8. CAMPIRANON, K. (2016). Measuring Hotel Service Quality: A Case Study of Midscale Bangkok Hotels. *Suthiparithat Journal*, October-December, 55-65.
9. CAMPIRANON, K. & SCOTT, N. (2014). Critical Success Factors for Crisis Recovery Management: A Case Study of Phuket Hotels. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(3), 313-326.
10. GÁMEZ, A., IVANOVA, A. & K. CAMPIRANON (2014). Tourism and Economic Crisis Management within APEC. Cases: Phuket (Thailand) and Los Cabos (Mexico). *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 9(2), 143-157.
11. GÁMEZ, A., A. IVANOVA & K. CAMPIRANON (2012). "Tourism, Vulnerability, and Economic Crisis within APEC. Responses from International Destinations: Phuket (Thailand) and Los Cabos (Mexico)", C. A. Brebbia & S. S. Zubir (eds.), *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, Vol. 161, 91 – 101.
12. SRIKATANYOO, N. & CAMPIRANON, K. (2010). Agritourist Needs and Motivations: The Chiang Mai Case. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(2), 166-178.
13. CAMPIRANON, K. (2008). Toward an Understanding of Perceived Risk in Tourism. Factors Influencing Crisis Vulnerability. *Dhurakij Pundit University Journal*, Issue 66, 83-94.
14. CAMPIRANON, K. & ARCODIA, C. (2007). Market Segmentation in Time of Crisis: A Case Study of the MICE Sector in Thailand. *Journal of Travel and Tourism Marketing (Safety and Security in Tourism: Recovery Marketing after Crises)*, 23 (2-4), 151-161.
15. SRIKATANYOO, N. & CAMPIRANON, K. (2005). Crisis Management of Hotels in Phuket: Compare and Contrast between Thai and Foreign Hotel Management Style. *ASAIHL-Thailand Journal*, 8, 165-176.

4.4.2 บทความประชุมวิชาการ (Conference Proceedings)

1. CAMPIRANON, K. (2024). Developing a Personal Carbon Trading (PCT) Model to Promote Individual Adoption of Battery Electric Vehicles (BEVs). WEI Vienna International Academic Conference on Business & Economics, Management, and Finance (WEI-BEMF-Vienna 2024), West East Institute, Austria.
2. CAMPIRANON, K. (2023). A Gap Analysis of Knowledge Management Performance Using a State Enterprise Assessment Model (SE-AM): A Case Study of a Thai Airport Operator. KM Conference 2023, The Centre Universitaire d'Informatique (CUI), University of Geneva, Switzerland. [Best paper award]
3. XIAODAN, Z. & CAMPIRANON, K. (2023). Examining The Perceptions of Chinese Weibo Users on Tourism Safety in Thailand. The 3rd International Joint Conference on Hospitality & Tourism 2023, National Institute of Development Administration, Thailand.
4. CAMPIRANON, K. (2022). Developing a Metaverse Business Model Canvas for Smart Tourism. Asia-Pacific Council on Hotel, Restaurant and Institutional Education (Asia-Pacific CHRIE 2022), Sunway University, Malaysia.
5. CAMPIRANON, K. (2021). Applying a travel tech business model canvas for smart tourism in Thailand. International Joint Conference on Hospitality and Tourism 2021 (IJCHT-21). Universiti Teknologi Mara, Malaysia.
6. NGELAMBONG, A., CAMPIRANON, K. & CHENDRA WIBAWA, S. (2021). The emergence of robot, artificial intelligence and service automation in Southeast Asia hospitality industry: A sequential exploratory study. International Joint Conference on Hospitality and Tourism 2021 (IJCHT-21). Universiti Teknologi Mara, Malaysia. [Best paper award]
7. RAMJAN, S. & CAMPIRANON, K. (2021). Customer Journey Mapping of a Public Mobile Application: The Case Study of a State Electricity Enterprise. The 2021 3rd Asia Pacific Information Technology Conference (APIT2021), Bangkok.
8. CAMPIRANON, K. (2020). Factors influencing Thailand as a Smart Tourism Destination. The 30th Annual Council for Australasian Tourism and Hospitality Education Conference 2020 (CAUTHE 2020). Auckland University of Technology, Auckland.
9. CAMPIRANON, K. (2019). Factors influencing Travel-Tech Startups in Thailand: A TOWS Matrix Approach. The 3rd GSTM International Conference. National Institute of Development Administration, Bangkok.
10. CAMPIRANON, K. (2019). Understanding the concept of smart tourism in the context of Thailand. APacCHRIE & EuroCHRIE Joint Conference, Hong Kong, 2155-2166.
11. CAMPIRANON, K. & RAMJAN, S. (2018). Key Success Factors of MICE Electronic Request for Proposal (eRFP): A Case Study of Bangkok Hotels. The 1st International MICE Conference & Forum, Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB), Bangkok, 115-125.

12. CAMPIRANON, K. (2017). Service Innovation in Luxury Hotels: A Case Study of Thai Hotel Management Companies. *Wisdom for Change: A Brighter Future Path in Tourism and Hospitality*. National Institute of Development Administration, Bangkok, 62-75.
13. CAMPIRANON, K. (2017). Luxury Brand Management: A Case Study of Thai Hotel Management Companies. *The 3rd Global Tourism & Hospitality Conference*. The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, 360-369.
14. CAMPIRANON, K. (2015). The Influence of Service Quality Gaps on Customer Loyalty: A Case Study of Midscale Bangkok Hotels. *The 5th Advances in Hospitality and Tourism Marketing & Management (AHTMM) Conference*. Beppu, Japan, Ritsumeikan Asia Pacific University (APU), 261-267. [Best paper award]
15. CAMPIRANON, K. (2012). Critical Success Factors of Economic Crisis Management: A Case Study of Phuket Hotels. *The Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference*. Melbourne, Australia, La Trobe University, 104-117.
16. GÁMEZ, A., IVANOVA, A., CAMPIRANON, K., & ANGELES, M. (2011). Tourism, Vulnerability, and Economic Crisis within APEC. Responses from International Destinations: Phuket (Thailand) and Los Cabos (Mexico). *The Third International Conference on Management of Natural Resources, Sustainable Development and Ecological Hazards*, Malaysia.
17. CAMPIRANON, K. (2011). Identifying Key Characteristics of Crisis Types and Their Impacts on The Tourism Industry In Thailand. *The Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference*. Adelaide, Australia, University of South Australia.
18. CAMPIRANON, K. (2010). Critical Success Factors of Crisis Management in Tourism: A Case Study of Political Crisis in Thailand. *The Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference*. Hobart, Australia, University of Tasmania.
19. SRIKATANYOO, N. & CAMPIRANON, K. (2008). Identifying Needs of Agritourists for Sustainable Tourism Development. *Australian & New Zealand Marketing Academy Conference*, University of Western Sydney, Australia.
20. CAMPIRANON, K. (2007). Factors Influencing Crisis Vulnerability in Tourism, *The 3rd Tourism Outlook Conference*, Kuala Lumpur, Malaysia, eds. N. Othman & C. Arcodia, Universiti Teknologi Mara and University of Queensland.
21. CAMPIRANON, K. (2007). An Analysis of Crisis Management in the MICE Sector: the WTO Approach. In MCDONNELL, I., GRABOWSKI, S. & MARCH, R. (Eds.) *The Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference*. Manly, Australia, University of Technology - Sydney.
22. CAMPIRANON, K. (2006). Chaos Theory as an Approach to Understand MICE in Time of Crisis. In HALL, M. (Ed.) *ATLAS Asia-Pacific Conference 2006: Tourism After Oil*. Dunedin, New Zealand, University of Otago, New Zealand.

23. CAMPIRANON, K. (2006). Understanding Crisis Vulnerability of the MICE Sector: A Case Study of Thailand. In ARCODIA, C., WHITFORD, M. & DICKSON, C. (Eds.) Global Events Congress. Brisbane, Australia, The University of Queensland.
24. CAMPIRANON, K. (2005). Cultural Differences on Crisis Management in the MICE Sector. In TREMBLAY, P. & BOYLE, A. (Eds.) The Council for Australian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference. Alice Springs, Australia, Charles Darwin University.
25. CAMPIRANON, K. (2005). Managing Reputation in Event Planning Companies. In JOHN, A. (Ed.) The Third International Event Management Research Conference. Sydney, Australia, University of Technology Sydney.
26. SRIKATANYOO, N. & CAMPIRANON, K. (2005). Crisis Management of Hotels in Phuket: Compare and Contrast between Thai and Foreign Hotel Management Style. The 15th Inter-University Conference. Bangkok, Thailand, Sukhothai Thammathirat Open University and ASAIHL Thailand.

4.4.3 หนังสือ (Edited Book)

1. Laws, E., Knight, D., Lee, T., Campiranon, K., Rittichainuwat, B., Ashton, A, Koldowski, J. & Zhou, M. (2025). Elephant Welfare in Global Tourism. Oxfordshire, UK, CAB International.
2. Campiranon, K. (2020). An Introduction to Service Design Thinking. Bangkok: Thammasat University Press.
3. Ritchie, B. & Campiranon, K. Eds. (2015). Tourism Crisis and Disaster Management in the Asia-Pacific. Tourism Management Research. Oxfordshire, UK, CAB International.

4.4.4 หนังสือ (Book Chapter)

1. Campiranon, K. (2025). Conclusion: Exploring New Frontiers: Research Priorities for Enhancing Elephant Welfare. In Laws, E., Knight, D., Lee, T., Campiranon, K., Rittichainuwat, B., Ashton, A, Koldowski, J. & Zhou, M. (eds.). Elephant Welfare in Global Tourism. Oxfordshire, UK, CAB International.
2. Campiranon, K. & Phayakvichien, P. (2025). Thailand Tourism. In Jafari, J., & Xiao, H. (eds.), Encyclopedia of Tourism (2nd ed.). Springer Nature Switzerland AG.
3. Campiranon, K. (2021). Redesigning events in the post COVID-19 crisis: A design thinking approach. In Ziakas, V., Antchak, V. & Getz, D. (eds.), Crisis Management and Recovery for Events: Impacts and Strategies, Goodfellow Publishers Ltd.
4. Campiranon, K. & Phayakvichien, P. (2015). Thailand Tourism. In J. Jafari & H. Xiao (eds.), Encyclopedia of Tourism, Springer, DOI 10.1007/978-3-319-01669-6_310-1.
5. Campiranon, K. (2014). Crisis Management for the International Hotel and Restaurant. In Silparcha, W. (Eds). International Hotel Business and Restaurant Management. Sukhothai Thammathirat Open University.

6. Campiranon, K. (2011). Religious Tourism in Thailand. World Tourism Organization: Religious Tourism in Asia and the Pacific. Spain: UNWTO.
7. Gámez, A., Ivanova, A. & Campiranon, K. (2011). Tourism, Vulnerability, and Economic Crisis within APEC. Responses from International Destinations: Phuket (Thailand) and Los Cabos (Mexico). In C. A. BREBBIA & S. S. ZUBIR (eds.). WIT Transactions on Ecology and the Environment, UK, ISSN: 1743-3541.
8. Campiranon, K., Laws, E., & Scott, N. (2011). Responding to Crises in Thailand: A Governance Analysis. In E. LAWS, H. RICHINS, J. AGRUSA & N. SCOTT (Eds.). United Kingdom: CABI International.
9. Campiranon, K. & Scott, N. (2007). Factors Influencing Crisis Management in Tourism Destinations. In LAWS, E., PRIDEAUX, B. & CHON, K. (Eds.). Crisis Management in Tourism. Oxford: CAB International.

4.5 หลักสูตรอบรม

- 2567 Generative AI Essentials: Overview and Impact. University of Michigan ประเทศสหรัฐอเมริกา
- 2566 หลักสูตรวิทยาการการจัดการสำหรับนักบริหารระดับสูง (วบส.) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- 2565 Impact Measurement & Management for the SDGs. Duke University ประเทศสหรัฐอเมริกา
- 2565 Cybersecurity of Electricity Systems. Pacific Northwest National Laboratory ประเทศสหรัฐอเมริกา
- 2564 Technology Entrepreneurship: Lab to Market. Harvard University ประเทศสหรัฐอเมริกา
- 2564 Strategic Management: Introduction to Connected Strategy. The Wharton School of the University of Pennsylvania ประเทศสหรัฐอเมริกา
- 2563 Social and Behavioral Responsible Conduct of Research. The Collaborative Institutional Training Initiative ประเทศสหรัฐอเมริกา
- 2562 Design Thinking for Innovation University of Virginia ประเทศสหรัฐอเมริกา
- 2560 International Hospitality Luxury Management The Hong Kong Polytechnic University ฮองกง
- 2552 Amadeus Basic Reservation บริษัท ไทย-อะมาดีอุส เซาท์อีสต์เอเชีย ประเทศไทย
- 2551 Opera Property Management System บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด

