

(3)學校 SWOT 分析

本校經營面臨國內外大環境顯著變動影響與挑戰，審視本校經營之優劣勢及機會與威脅要項，進行 SWOT 分析如下：

A. 內部組織(Internal attributes of the organization)

(一)優勢(Strength)

- 1. 全國唯一的設計學府：**本校長年在設計美學與文化創意教育上的辦學績效，民國 106 年 8 月獲教育部核定改名「東方設計大學」，成為全國唯一的設計學府。因為師資優與教學設備佳，師生創意與設計的能量高，適合發展設計美學與文化創意為核心的學校特色。
- 2. 亮麗的辦學績效：**本校在 101 定期評鑑及 103 專案評鑑的評鑑結果，行政類及專業類 10 系(科)(包括文化創意設計研究所、美術工藝系、室內設計系、流行商品設計系、設計行銷系、觀光與休閒事業管理系、時尚美妝設計系(化妝品應用與管理系改名)、電子資訊系、電機工程系和應用外語科)獲得一等，美術工藝系碩士班及文化創意研究所博士班，雙獲教育部核准自 103 學年起招收新生，至目前為止，包含室內設計碩士班、流行商品設計碩士班以及時尚美妝設計碩士班，共計有 5 個碩士班及一個博士班以建構本校連貫的專業培育機制，加上本校校友在業界亮麗的表現，有助於招生的形象廣告。
- 3. 創意與設計的特色課程規劃：**本校教學單位分為藝術設計、民生設計和應用設計三個學院以及通識教育中心。為凸顯設計美學與文化創意為核心的學校特色，在課程設計上，從創藝、創異、創益、創憶、創意開發之五創理念，規劃「五創學院」開設相關創業課程模組，協助學生了解當前產業趨勢，建構跨學院之「五創教學模式」與「創業課程」，推動產業導向跨域課程，促進產業實務鏈結，以提升學生個人的專業力及就業競爭力。
- 4. 擁有教學熱忱的專任師資：**本校聘有學識、經驗豐富且具教學熱忱的專業師資群，現有專任教師 146 位，具有博、碩士學位之高階師資比例為 82.27%。
- 5. 完善軟硬體的教學資源：**本校已成立六個跨科系資源整合中心，包括藝術中心、3D 設計中心、數位繪畫中心、數位影音多媒體中心、

巴浩斯設計中心、福田繁雄設計藝術館和台灣史料研究室等，以及金工、木工、皮雕、陶瓷和玻璃等五大教學工坊。此外，各系均設有專業教室及實驗實習工廠，均有冷氣教室，另有圖書資訊大樓、數位教學大樓、視訊會議中心、綜合體育館、韻律教室等，設備充實完善、讓學生能有最優質學習環境。

6. **做中學「工坊教學」**：「實務致用」是本校辦學的精神，強調理論與實務並重的教學特色，各學院均設有專業實做「工坊教學」科目，著重做中學實作技能培養，以流行商品設計系為例，設置金工、木工、陶瓷、玻璃等工坊，邀請各領域達人實務教學，透過「做中學、學中做」概念，讓學生習得專業技巧，並能親自體驗職場。

7. **涵養學生設計理念的美術館**：本校設置「福田繁雄設計藝術館」，是台灣唯一典藏世界三大平面設計大師之一的福田繁雄大師作品美術館，館內收藏 1,500 多件海報與手稿，讓全校師生由設計手稿探索其創意發想歷程，藉此潛在課程涵養學生設計美學理念。

8. **學生專業技能競賽獲各界肯定**：本校學生參加區域、全國及國際等競賽，成績相當優異。例如「2014 年第二屆 TISCA 全國學生手沖咖啡競賽」大專組優勝、「2014 年第二屆 TISCA 全國學生虹吸咖啡競賽」高中組亞軍、「2015 年第三屆 TISCA 全國學生手沖咖啡競賽」大專及高中組優勝、2015 第八屆港都盃/MONIN 盃手沖咖啡大賽銀牌、銅牌、「2016 年第四屆 TISCA 全國咖啡競賽」全國季軍、「2017-CUTE 盃第一屆全國校際咖啡競賽」全國金牌及優勝。「2017 ADCS 亞洲設計文化學會」優秀論文賞，「2017 文創盃美學設計競賽」面具創意設計靜態作品第一名、創意新娘化妝真人現場組第一名、時尚新娘化妝真人現場組第二名、鋁線飾品製作靜態作品組第三名、時尚晚宴化妝真人現場組第三名。「106 年全國中正盃巧固球錦標賽」榮獲冠軍。「2017 第 5 屆玉山竹葉青盃全國調酒大賽暨托盤比賽」在傳統調酒組榮獲季軍、花式調酒組獲得佳作成績，學生專業表現深獲社會各界肯定。

9. **創新育成中心推動畢業生接軌產業**：本校為擴大設計服務產能，並加速推動畢業生接軌產業，提升就業競爭力，於 103 年 1 月 10 日正式揭牌開幕暨啟用創新育成中心「IRIS 虹彩基地」，透過設計服務

媒合加值平台的概念出發，期能提供產官學界更全面性、多元化的服務，配合高教深耕計畫中心將導入混業經營型態，對設計產業有興趣者，無論是專業或非專業人士一個實作空間，提供同學融入於不同設計領域在同一開放空間進行混業自由變換組合，藉以提高同學設計之能量及設計質性變化，引導出新型態設計構思之創發及經營模式，推動畢業生接軌產業。

(二)劣勢(Weakness)

1. **學校位處偏鄉形成招生壓力**：學校位於高雄市、台南市兩大直轄市交界處，離都會中心較遠，大眾運輸工具除台鐵外，巴士公車路線少，乘客等車時間長，不利於學校招生宣傳，形成招生壓力。
2. **部分同仁對組織重整態度保守**：面對少子化社會來臨所衍生的招生困境，學校進行部分系科新設、改名或停招措施加以因應，但部分同仁對學校所處弱勢缺乏憂患意識，對組織重整態度保守，專長調整速度太慢，影響教學品質提升。
3. **圈限經費而無法隨系科調整而全面添購設備**：學校進行部分系科的新設或改名，相對的軟硬體設備更新所需經費，無法一次到位而需逐年編列，致使系科軟硬體設置無法一次補足，形成教學設備或師資陣容永遠無法趕上系科調整的速度。
4. **缺乏跨領域研究整合能力**：本校各教學單位專業師資的研究，都是單打獨鬥的方式進行，缺乏跨領域整合型研究團隊的組合，較難凝聚智慧與資源發展特色，競爭性資源爭取不易。

B. 外部環境(External attributes of the organization)

(三)機會(Opportunity)

1. **校名更名為「設計大學」的招生助益**：民國 106 年 8 月 1 日學校因辦學績效而獲改名為「東方設計大學」，成為今日全國唯一的設計大學，取得與其他科技大學同等立足點的平等，將更有助於學校對外行銷及招生。
2. **配合「五加二」產業政策，重新設計產品增加文化創意**：2016 年政府積極推動「亞洲·矽谷」、「智慧機械」、「綠能科技」、「生技醫藥」、「國防」、「新農業」及「循環經濟」等產業創新，作為驅動台灣下世代產業成長的核心，期達成數位國家、智慧島嶼、服務業高

值化、非核家園及節能減碳願景。配合國家循環經濟發展產業，透過重新設計產品和商業模式，促進更好的資源使用效率，提供更多文創設計產業機會。

3. 校友及學生對學校認同度高，有利學校總體經營：本校創校迄今已逾 50 載有餘，校史悠久，校友人數 3 萬多人，遍佈各地各行各業，尤其美術工藝與文創設計領域，潛在力量大，對學校認同度高，參與回流再教育；進修大學或博碩士在職專班對學校經營有所助益。

4. 配合政府推動校園創業文化政策：政府為散校園研發成果加乘效應，推動校園創業文化，辦理各項推廣活動、競賽、及創業補助計畫(含學校研發成果衍生新創事業)等，訓練學生創業技能，鼓勵學生在地創業，並補助創業經費。此外，引進並媒合產業進駐本校創新育成中心，有助於學生提升學生創新及就業力、就讀率。

5. 新南向政策：政府自 105 年積極推動新南向政策，本校設立「東南亞設計研究中心」，除了將開設重要的東南亞外語課程，供本校學生選修，亦開設推廣教育對外招生，積極招收外籍學生，目前本校目前已有超過近百位印尼外籍學生。另規劃結合學校設計課程的師資，將外國當地文化融入設計，開設文化創意實務相關的課程，培養學生的國際思維，透過多國文化體驗活動認識多元文化，吸引外國學生興趣，提升本校境外生招生之效益。

(四)威脅(Threat)

1. 同性質系科設立而使四技學制招生更加艱鉅：面對少子化衝擊的招生因應策略，各校進行系科設置或改名，都集中於設科成本較低的商管、餐旅和設計學院的系科傾斜，與本校原設、新設或改名的系科雷同度高，增加競爭壓力，對本校系科招生造成威脅與挑戰。

2. 技職校院數量多，同質性又高，少子化致使學生來源少：全國 157 所大專院校中，設備投入資源較少而朝向服務業調整的系科，愈來愈多，因而同質性高而搶食大餅競爭劇烈，招生局面就艱難。

3. 部分系科未發展出特色，逐漸失去競爭力：科系因招生困難而必須調整策略更改系名，致使師資專長的培養與設備調整無法配合而失去競爭。

基於以上分析，本校經營上面對內部組織的諸多劣勢與外部環境

的各項威脅，但在董事會支持、校長卓越領導、以及教職員工強烈共識下，同心協力與戮力精耕，必可克服生源減少的招生困境。本校更精進發展學校特色，建立「創意東方、設計領航」的願景，加強學校形象廣告而提升學校知名度，吸引國內極境外學生的認同選擇就讀本校。