



มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

รายงานการประเมินตนเอง

(Self-Assessments Report)

ตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ

(Education Criteria for Performance Excellence : EdPEX)

คณะ/สถาบัน.....

ปีการศึกษา 2568

มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

คำนำ

สารบัญ

คำนำ

สารบัญ

สารบัญตาราง

สารบัญภาพ

โครงสร้างองค์กร

1. ลักษณะองค์กร

ก. สภาพแวดล้อมขององค์กร

ข. ความสัมพันธ์ระดับองค์กร

2. สถานการณ์ขององค์กร

ก. สภาพแวดล้อมด้านการแข่งขัน

ข. บริบทเชิงกลยุทธ์

ค. ระบบการปรับปรุงผลการดำเนินการ

หมวด 1 การนำองค์กร

1.1 ก. พันธกิจ วิสัยทัศน์และค่านิยม

1.1 ข. การสื่อสาร

1.1 ค. การมุ่งเน้นผลการดำเนินการของสถาบัน

1.2 ก. การกำกับดูแลองค์กร

1.2 ข. การประพฤติปฏิบัติตามกฎหมายและอย่างมีจริยธรรม

1.2 ค. การสร้างประโยชน์ให้สังคม

หมวด 2 กลยุทธ์

2.1 ก. กระบวนการจัดทำกลยุทธ์

2.1 ข. วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์

2.2 ก. การจัดทำแผนปฏิบัติการและการถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ

2.2 ข. การปรับเปลี่ยนแผนปฏิบัติการ

สารบัญ (ต่อ)

หมวด 3 ลูกค้า

- 3.1 ก. การรับฟังผู้เรียนและลูกค้าย่อยอื่น
- 3.1 ข. การจำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้าย่อยอื่น และการจัดหลักสูตรและบริการ
- 3.2 ก. ประสิทธิภาพของผู้เรียนและลูกค้าย่อยอื่น
- 3.2 ข. การค้นหาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้าย่อยอื่น

หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้

- 4.1 ก. การวัดผลการดำเนินการ
- 4.1 ข. การวิเคราะห์ ทบทวนและปรับปรุงผลการดำเนินการ
- 4.2 ก. ข้อมูล และสารสนเทศ
- 4.2 ข. ความรู้ของสถาบัน
- 4.2 ค. การมุ่งสร้างนวัตกรรม

หมวด 5 บุคลากร

- 5.1 ก. ชีตความสามารถและอัตรากำลังบุคลากร
- 5.1 ข. บรรยากาศการทำงานของบุคลากร
- 5.2 ก. การประเมินความผูกพันของบุคลากร
- 5.2 ข. วัฒนธรรมองค์กร
- 5.2 ค. การจัดการผลการปฏิบัติงานและการพัฒนา

หมวด 6 การปฏิบัติการ

- 6.1 ก. การออกแบบหลักสูตรและบริการ และกระบวนการ
- 6.1 ข. การจัดการและการปรับปรุงกระบวนการ
- 6.2 ก. ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติการ
- 6.2 ข. การจัดการเครือข่ายอุปทาน
- 6.2 ค. ความปลอดภัย ความต่อเนื่องของธุรกิจ ความสามารถในการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วและการบริหารความเสี่ยง

หมวด 7 ผลลัพธ์

- 7.1 ก. ผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้ของผู้เรียน และด้านบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า

สารบัญ (ต่อ)

- 7.1 ข. ผลลัพธ์ด้านประสิทธิผลของกระบวนการทำงาน
- 7.1 ค. ผลลัพธ์ด้านการจัดการเครือข่ายอุปทาน
- 7.2 ก. ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น
- 7.3 ก. ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร
- 7.4 ก. ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กร การกำกับดูแลองค์กร กฎหมาย จริยธรรม และการสร้างประโยชน์ให้สังคม
- 7.5 ก. ผลลัพธ์ด้านงบประมาณ การเงิน และตลาด
- 7.5 ข. ผลลัพธ์ด้านการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและด้านนวัตกรรม

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1

1

ตารางที่

ตารางที่

ตารางที่

ตารางที่

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1

1

ภาพที่

ภาพที่

ภาพที่

ภาพที่

โครงร่างองค์กร

P.1 ลักษณะองค์กร: คุณลักษณะที่สำคัญขององค์กร

ก. สภาพแวดล้อมขององค์กร

1) การจัดการศึกษา วิจัย และบริการทางการศึกษาอื่น ๆ ที่สำคัญตามพันธกิจ

พันธกิจ	ความสำคัญเชิงเปรียบเทียบ	วิธีการส่งมอบการจัดการศึกษา วิจัย และบริการ
การจัดการศึกษา (% รายรับ/ งบประมาณ)		
การวิจัย (% รายรับ/ งบประมาณ)		
การบริการ วิชาการ (% รายรับ/ งบประมาณ)		

2) พันธกิจ วิสัยทัศน์ ค่านิยม และวัฒนธรรม

วิสัยทัศน์	
พันธกิจ	
ค่านิยม	
สมรรถนะหลัก	
วัฒนธรรม	

3) ลักษณะโดยรวมของบุคลากร

บุคลากร	สายวิชาการ	จำนวน	สายสนับสนุน	จำนวน
วุฒิการศึกษา	● ● ●		● ● ●	
ตำแหน่งทาง วิชาการ/ ตำแหน่ง ทางวิชาชีพ	● ● ●		● ● ●	
ช่วงอายุ	● ● ●		● ● ●	

ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้บุคลากรผูกพัน

สายวิชาการ	สายสนับสนุน
1.	1.
2.	2.
3.	3.
4.	4.

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญด้านบุคลากร

ด้านอัตรากำลัง	ด้านขีดความสามารถ	องค์ประกอบของกลุ่มบุคลากร
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

4) สินทรัพย์

ประเภท สินทรัพย์	รายละเอียด
อาคารสถานที่	
อุปกรณ์	
เทคโนโลยี	
ทรัพย์สินทาง ปัญญา	

5) สภาวะแวดล้อมด้านกฎระเบียบข้อบังคับ

กฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่ สำคัญ	รายละเอียด
ด้านการจัดการศึกษา	
ด้านการวิจัย	
ด้านการบริการวิชาการ	
ด้านการบริหารจัดการ	

ข. ความสัมพันธ์ระดับองค์กร

1) โครงสร้างองค์กร

2) ผู้เรียน ลูกค้ายกลุ่มอื่น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

บริการ	ส่วนตลาดที่สำคัญ

พันธกิจการจัด การศึกษา	ประเภท	ความต้องการ/ ความคาดหวัง	ตัววัดในหมวด 7
นักศึกษา			
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
พันธกิจการวิจัย	ประเภท	ความต้องการ/ ความคาดหวัง	ตัววัดในหมวด 7
ลูกค้า			
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			
พันธกิจการบริการ วิชาการ	ประเภท	ความต้องการ/ ความคาดหวัง	ตัววัดในหมวด 7
ลูกค้า			
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย			

3) ผู้ส่งมอบ คู่ความร่วมมือที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

พันธกิจการศึกษา	ประเภท	บทบาทที่เกี่ยวข้อง		ข้อกำหนดเครือข่าย อุปทาน
		กระบวนการ	การสร้างนวัตกรรม	
ผู้ส่งมอบ				
คู่ความร่วมมือ				
พันธกิจการวิจัย	ประเภท	บทบาทที่เกี่ยวข้อง		ข้อกำหนดเครือข่าย อุปทาน
		กระบวนการ	การสร้างนวัตกรรม	
ผู้ส่งมอบ				
คู่ความร่วมมือ				
พันธกิจการบริการวิชาการ	ประเภท	บทบาทที่เกี่ยวข้อง		ข้อกำหนดเครือข่าย อุปทาน
		กระบวนการ	การสร้างนวัตกรรม	
ผู้ส่งมอบ				
คู่ความร่วมมือ				

P.2 สถานการณ์องค์กร: สถานการณ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรคืออะไร

ก. สภาพแวดล้อมด้านการแข่งขัน

1) ตำแหน่งการแข่งขัน

- ประเด็นการแข่งขัน
- ลำดับในการแข่งขัน
- คู่แข่ง/ คู่เทียบ และวิธีการที่คณะกำหนด
- ความแตกต่างจากคู่แข่ง

2) การเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขัน

การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ	ผลกระทบต่อการแข่งขัน	โอกาสในการสร้างความร่วมมือและนวัตกรรม

3) แหล่งข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ

คู่เทียบ คู่แข่ง	เหตุผลในการเลือก	แหล่งข้อมูล	ผลลัพธ์				
			7.1	7.2	7.3	7.4	7.5

ข. บริบทเชิงกลยุทธ์

ความท้าทาย และความสามารถเปรียบเทียบเชิงกลยุทธ์

ความท้าทายเชิงกลยุทธ์	ภัยคุกคามเชิงกลยุทธ์	ความสามารถเปรียบเทียบเชิงกลยุทธ์	โอกาสเชิงกลยุทธ์

ค. ระบบปรับปรุงผลการดำเนินการ

- ระบบการปรับปรุง
- เครื่องมือ และวิธีการที่สำคัญ

ขอเสนอแนะเพิ่มเติม

การจัดทำรายงานการประเมินตนเอง (SAR)

- (1) การจัดพิมพ์และเค้าโครงหน้ากระดาษ โดยกำหนดให้ใช้ขนาดกระดาษ A4

ระยะห่าง ขอบกระดาษด้านซ้าย 2.5 ซม. ด้านขวา 2.0 ซม.

ด้านบน 2.5 ซม. และด้านล่าง : 2.0 ซม.

ฟอนต์ TH Sarabun New เนื้อหาทั่วไป ขนาดฟอนต์ 16 points

หัวข้ออันดับที่ ๑ ขนาดฟอนต์ 20 points เป็นตัวหนา

หัวข้ออันดับที่ ๒ ขนาดฟอนต์ 18 points เป็นตัวหนา

หัวข้ออันดับที่ ๓ ขนาดฟอนต์ 16 points เป็นตัวหนา

ข้อความอธิบายภาพและเนื้อหาของตาราง ขนาดฟอนต์ไม่น้อยกว่า 10 points

เลขหน้าขนาด ฟอนต์ 16 points และตั้งอยู่ด้านล่างและกึ่งกลางของหน้า

- (2) โครงร่างองค์กร จะต้องถูกจำกัดไว้ที่ไม่เกิน 10 หน้า

ข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ภายในหมวด 1 ถึงหมวด 7 จะต้องมีย่ำนวนหน้ารวมกันไม่เกิน 110 หน้า

หมวด 1 การนำองค์กร (Leadership)

1.1 การนำองค์กรโดยผู้นำระดับสูง (Senior Leadership)

.....

.....

.....

.....

1.1 ก. พันธกิจ วิสัยทัศน์และค่านิยม (MISSION, VISION, and VALUES)

1.1 ก(1) กำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์และค่านิยม (Establishing MISSION, VISION, and VALUES)

.....

.....

.....

.....

1.1 ก(2) การส่งเสริมการประพฤติปฏิบัติตามกฎหมายและอย่างมีจริยธรรม (Promoting Legal and ETHICAL BEHAVIOR)

.....

.....

.....

.....

1.1 ข. การสื่อสาร (Communication)

.....

.....

.....

.....

1.1 ค. การมุ่งเน้นผลการดำเนินการของสถาบัน (Focus on Organizational PERFORMANCE)

1.1 ค(1) การสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อความสำเร็จ (Creating an Environment for Success)

.....

.....

.....

.....

1.1 ค(2) การทำให้เกิดการปฏิบัติการอย่างจริงจัง (Creating a Focus on Action)

.....

.....

.....

1.2 การกำกับดูแลองค์กรและการสร้างประโยชน์ให้สังคม (Governance and Societal Contributions)

1.2 ก. การกำกับดูแลองค์กร (Organizational GOVERNANCE)

1.2 ก(1) ระบบการกำกับดูแลองค์กร (GOVERNANCE SYSTEM)

.....

.....

.....

.....

1.2 ก(2) การประเมินผลการดำเนินการ (PERFORMANCE Evaluation)

.....

.....

.....

.....

1.2 ก(3) ผลการดำเนินการของสถาบัน (Organizational PERFORMANCE)

.....

.....

.....

.....

1.2 ข. การประพฤติปฏิบัติตามกฎหมายและอย่างมีจริยธรรม (Legal and ETHICAL BEHAVIOR)

1.2 ข(1) การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ และการรับรองคุณภาพ (Legal, Regulatory, and Accreditation Compliance)

.....

.....

.....

.....

1.2 ข(2) การประพฤติปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม (ETHICAL BEHAVIOR)

.....

.....

.....

.....

1.2 ค. การสร้างประโยชน์ให้สังคม (Societal Contributions)

1.2 ค(1) ความผาสุกของสังคม (Societal Well-Being)

.....

.....

.....

.....

1.2 ค(2) การสนับสนุนชุมชน (Community Support)

.....

.....

.....

.....

หมวด 2 กลยุทธ์ (Strategy)

2.1 การจัดทำกลยุทธ์ (Strategy Development)

2.1 ก. กระบวนการจัดทำกลยุทธ์ (Strategy Development PROCESS)

2.1 ก(1) กระบวนการวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning PROCESS)

.....

.....

.....

.....

2.1 ก(2) การวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Considerations)

.....

.....

.....

.....

2.1 ก(3) โอกาสเชิงกลยุทธ์และโอกาสที่ผ่านการประเมินผลได้ผลเสียของความเสี่ยงอย่างรอบด้าน (STRATEGIC OPPORTUNITIES and INTELLIGENT RISKS)

.....

.....

.....

.....

2.1 ก(4) การจัดจ้างคนภายนอก และสมรรถนะหลักของสถาบัน (Outsourcing and CORE COMPETENCIES)

.....

.....

.....

.....

2.1 ข. วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (STRATEGIC OBJECTIVES)

2.1 ข(1) วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ (KEY STRATEGIC OBJECTIVES)

.....

.....

.....

.....

2.1 ข(2) การพิจารณาวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Considerations)

.....

.....

.....

2.2 การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation)

2.2 ก. การจัดทำแผนปฏิบัติการและการถ่ายทอดสู่การปฏิบัติ (ACTION PLAN Development and DEPLOYMENT)

2.2 ก(1) แผนปฏิบัติการ (ACTION PLANS)

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 ก(2) การนำแผนปฏิบัติการไปใช้ (ACTION PLAN Implementation)

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 ก(3) การจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation)

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 ก(4) แผนด้านบุคลากร (WORKFORCE Plans)

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 ก(5) ตัววัดผลการดำเนินการ (PERFORMANCE MEASURES)

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 ก(6) การคาดการณ์ผลการดำเนินการ (PERFORMANCE PROJECTIONS)

.....

.....

.....

.....

2.2 ข. การปรับเปลี่ยนแผนปฏิบัติการ (ACTION PLAN Modification)

.....

.....

.....

.....

.....

หมวด 3 ลูกค้า (Customers)

3.1 ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations)

3.1 ก. การรับฟังผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Listening to Students and Other CUSTOMERS)

3.1 ก(1) ผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่มีอยู่ในปัจจุบัน (Current Students and Other CUSTOMERS)

.....

.....

.....

3.1 ก(2) ผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่นที่พึงมี (Potential Students and Other CUSTOMERS)

.....

.....

.....

.....

3.1 ข. การจำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น และการจัดหลักสูตรและบริการฯ (Student and Other CUSTOMER SEGMENTATION, and Program and Service Offerings)

3.1 ข(1) การจำแนกกลุ่มผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น Student and Other CUSTOMER SEGMENTATION)

.....

.....

.....

.....

3.1 ข(2) การจัดหลักสูตรและบริการฯ (Program and Service Offerings)

.....

.....

.....

.....

3.2 ความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement)

3.2 ก. ประสบการณ์ของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student and Other CUSTOMER Experience)

3.2 ก(1) การจัดการความสัมพันธ์ (Relationship Management)

.....

.....

.....

.....

3.2 ก(2) การเข้าถึงและการสนับสนุนผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student and Other CUSTOMER Access and Support)

.....

.....

.....

3.2 ก(3) การจัดการข้อร้องเรียน (Complaint Management)

.....

.....

.....

.....

.....

3.2 ก(4) การปฏิบัติอย่างเป็นธรรม (Fair Treatment)

.....

.....

.....

.....

.....

3.2 ข. การค้นหาความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจและความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น
(Determination of Student and Other CUSTOMER Satisfaction, Dissatisfaction, and
ENGAGEMENT)

.....

.....

.....

.....

.....

หมวด 4 การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้

(Measurement, Analysis, and Knowledge Management)

4.1 การวัด การวิเคราะห์ และการปรับปรุงผลการดำเนินการของสถาบัน (Measurement, Analysis, Review, and Improvement of Organizational Performance)

4.1 ก. การวัดผลการดำเนินการ (PERFORMANCE Measurement)

4.1 ก(1) ตัววัดผลการดำเนินการ (PERFORMANCE MEASURES)

.....

.....

.....

.....

4.1 ก(2) ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Data)

.....

.....

.....

.....

4.1 ข. การวิเคราะห์ ทบทวนและปรับปรุงผลการดำเนินการ (PERFORMANCE ANALYSIS and Review, and Improvement)

4.1 ข(1) สถาบันมีวิธีการอย่างไรในการวิเคราะห์และทบทวนผลการดำเนินการและขีดความสามารถของสถาบัน

.....

.....

.....

.....

4.1 ข(2) สถาบันมีวิธีการอย่างไรในการนำผลการทบทวนผลการดำเนินการ ไปใช้จัดลำดับความสำคัญของเรื่องที่ต้องนำไปปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และระบุโอกาสในการสร้างนวัตกรรม

.....

.....

.....

4.2 การจัดการสารสนเทศ และการจัดการความรู้ (Information, and Knowledge Management)

4.2 ก. ข้อมูลและสารสนเทศ (Data and Information)

4.2 ก(1) คุณภาพ (Quality)

.....

.....

.....

.....

.....

4.2 ก(2) ความพร้อมใช้ (Availability)

.....

.....

.....

.....

.....

4.2 ก(3) ความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์ (Cybersecurity)

.....

.....

.....

.....

.....

4.2 ข. ความรู้ของสถาบัน (Organizational Knowledge)

4.2 ข(1) การจัดการความรู้ (Knowledge Management)

.....

.....

.....

.....

.....

4.2 ข(2) วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practices)

.....

.....

.....

.....

.....

4.2 ค. การมุ่งสร้างนวัตกรรม (Pursuit of INNOVATION)

.....

.....

.....

.....

หมวด 5 บุคลากร (Workforce)

5.1 สภาพแวดล้อมด้านบุคลากร (Workforce Environment)

5.1 ก. ชีตความสามารถและอัตรากำลังบุคลากร (WORKFORCE CAPABILITY and CAPACITY)

5.1 ก(1) ความจำเป็นด้านชีตความสามารถและอัตรากำลัง (CAPABILITY and CAPACITY Needs)

.....

.....

.....

.....

5.1 ก(2) บุคลากรใหม่ (New WORKFORCE Members)

.....

.....

.....

.....

5.1 ก(3) การจัดการการเปลี่ยนแปลงด้านบุคลากร (WORKFORCE Change)

.....

.....

.....

.....

5.1 ก(4) การทำงานให้บรรลุผล (Work Accomplishment)

.....

.....

.....

.....

5.1 ข. บรรยากาศการทำงานของบุคลากร (Workplace Climate)

5.1 ข(1) สภาพแวดล้อมของการทำงาน (Workplace Environment)

.....

.....

.....

.....

5.1 ข(2) นโยบาย และสิทธิประโยชน์สำหรับบุคลากร (WORKFORCE Compensation and Benefits)

.....

.....

.....

.....

5.2 ความผูกพันของบุคลากร (Workforce Engagement)

5.2 ก. การประเมินความผูกพันของบุคลากร (Assessment of WORKFORCE ENGAGEMENT)

5.2 ก(1) ปัจจัยขับเคลื่อนความผูกพัน (Drivers of ENGAGEMENT)

.....

.....

.....

.....

5.2 ก(2) การประเมินความผูกพัน (Assessment of ENGAGEMENT)

.....

.....

.....

.....

5.2 ข. วัฒนธรรมองค์กร (Organizational CULTURE)

.....

.....

.....

.....

5.2 ค. การจัดการผลการปฏิบัติงานและการพัฒนา (PERFORMANCE Management and Development)

5.2 ค(1) การจัดการผลการปฏิบัติงาน (PERFORMANCE Management)

.....

.....

.....

.....

5.2 ค(2) การพัฒนาผลการปฏิบัติงาน (PERFORMANCE Development)

.....

.....

.....

.....

5.2 ค(3) การพัฒนาอาชีพการงานและการวางแผนการสืบทอดตำแหน่ง (Career Development and Succession Planning)

.....

.....

.....

.....

5.2 ค(4) ความเสมอภาคและการให้เข้ามามีส่วนร่วม (Equity and Inclusion)

.....

.....

.....

.....

หมวด 6 การปฏิบัติการ (Operations)

6.1 กระบวนการทำงาน (Work Processes)

6.1 ก. การออกแบบหลักสูตรและบริการฯ และกระบวนการ (Program, Service, and PROCESS Design)

6.1 ก(1) ข้อกำหนดของหลักสูตรและบริการฯ (Program and Service Requirements)

.....

.....

.....

.....

6.1 ก(2) การออกแบบหลักสูตรและบริการฯ (Program and Service Design)

.....

.....

.....

.....

6.1 ก(3) ข้อกำหนดของกระบวนการ (PROCESS Requirements)

.....

.....

.....

.....

6.1 ก(4) การออกแบบกระบวนการ (PROCESS Design)

.....

.....

.....

.....

6.1 ข. การจัดการและการปรับปรุงกระบวนการ (PROCESS Management and Improvement)

6.1 ข(1) การนำกระบวนการไปสู่การปฏิบัติ (PROCESS Implementation)

.....

.....

.....

.....

6.1 ข(2) การปรับปรุงกระบวนการ (PROCESS Improvement)

.....

.....

.....

6.2 ประสิทธิภาพของการปฏิบัติการ (Operational Effectiveness)

6.2 ก. ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติการ (Operational Efficiency and EFFECTIVENESS)

.....

.....

.....

.....

6.2 ข. การจัดการเครือข่ายอุปทาน (Supply-Network Management)

.....

.....

.....

.....

6.2 ค. ความปลอดภัย ความต่อเนื่องของธุรกิจ ความสามารถในการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วและการบริหารความเสี่ยง (Safety, Business Continuity and RESILIENCE, and Risk Management)

6.2 ค(1) ความปลอดภัย (Safety)

.....

.....

.....

.....

6.2 ค(2) ความต่อเนื่องทางธุรกิจและความสามารถในการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว (Organizational Continuity and RESILIENCE)

.....

.....

.....

.....

6.2 ค(3) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

.....

.....

.....

.....

หมวด 7 ผลลัพธ์ (Results)

7.1 ผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้ของผู้เรียน และด้านกระบวนการ (Student Learning and Process Results)

7.1 ก. ผลลัพธ์ด้านการเรียนรู้ของผู้เรียนและด้านบริการที่มุ่งเน้นลูกค้า (Student LEARNING and CUSTOMER-Focused Service RESULTS)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.1 ข. ผลลัพธ์ด้านประสิทธิผลของกระบวนการทำงาน (WORK PROCESS EFFECTIVENESS RESULTS)

7.1 ข(1) ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการ (PROCESS EFFECTIVENESS and Efficiency)

.....

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.1 ข(2) ความปลอดภัยและการเตรียมพร้อมต่อภาวะฉุกเฉิน (Safety and Emergency Preparedness)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.1 ค. ผลลัพธ์ด้านการจัดการเครือข่ายอุปทาน (Supply-Network Management RESULTS)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.2 ผลลัพธ์ด้านลูกค้า (Customer Results)

7.2 ก. ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student- and Other CUSTOMER Focused RESULTS)

7.2 ก(1) ความพึงพอใจของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student and Other CUSTOMER Satisfaction)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.2 ก(2) ความผูกพันของผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น (Student and Other CUSTOMER ENGAGEMENT)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.3 ผลลัพธ์ด้านบุคลากร (Workforce Results)

7.3 ก. ผลลัพธ์ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร (WORKFORCE - Focused RESULTS)

7.3 ก(1) ขีดความสามารถและอัตรากำลังบุคลากร (WORKFORCE CAPABILITY and CAPACITY)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....						
ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.3 ก(2) บรรยากาศการทำงาน (Workplace Climate)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....						
ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.3 ก(3) ความผูกพันของบุคลากร (WORKFORCE ENGAGEMENT and Retention)

.....

.....

.....

ตารางที่.....						
ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.3 ก(4) การพัฒนาบุคลากร (WORKFORCE Development)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....						
ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.4 ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กรและการกำกับดูแลองค์กร (Leadership and Governance Results)

7.4 ก ผลลัพธ์ด้านการนำองค์กร การกำกับดูแลองค์กร กฎหมาย จริยธรรม และการสร้างประโยชน์ให้สังคม (Leadership, GOVERNANCE, Legal, Ethics, and Societal Contribution RESULTS)

7.4 ก(1) การนำองค์กร (Leadership)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....						
ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.4 ก(2) การกำกับดูแลองค์กร (GOVERNANCE)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....						
ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.4 ก(3) กฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ และการรับรองคุณภาพ (Law, Regulation, and Accreditation)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....						
ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.4 ก(4) จริยธรรม (Ethics)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.4 ก(5) สังคม (Society)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.5 ผลลัพธ์ด้านงบประมาณ การเงิน ตลาด และกลยุทธ์ (Budgetary, Financial, Marketplace, and Strategy Results)

7.5 ก. ผลลัพธ์ด้านงบประมาณ การเงิน และตลาด (ปีงบประมาณ) (Budgetary, Financial, and Marketplace RESULTS)

7.5 ก(1) ผลการดำเนินการด้านงบประมาณและการเงิน (Budgetary and Financial PERFORMANCE)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....						
ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.5 ก(2) ผลการดำเนินการด้านตลาด (Marketplace PERFORMANCE)

.....

.....

.....

.....

ตารางที่.....						
ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

7.5 ข. ผลลัพธ์ด้านการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและด้านนวัตกรรม (Strategy Implementation and INNOVATION RESULTS)

.....

.....

.....

ตารางที่.....

ตัวชี้วัด	2565	2566	2567	2568	2569	เป้าหมายปี 2569

หมายเหตุ : การนับปีในการดำเนินการให้มีการนับดังนี้

หัวข้อตัวชี้วัด	ปีที่นับ
ด้านการศึกษา	ปีการศึกษา
ด้านการวิจัย บริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม	ปีงบประมาณ
ด้านผลงานทางวิชาการ งานตีพิมพ์	ปีปฏิทิน
ด้านแผนกลยุทธ์ แผนปฏิบัติการ แผนความเสี่ยง	ปีงบประมาณ
ด้านงบประมาณ	ปีงบประมาณ