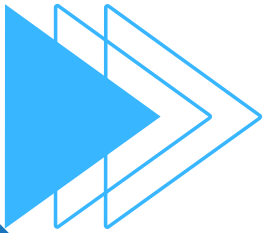




มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Area-Based and Community

แผนพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ระยะ 5 ปี พ.ศ.2569-2573 **2026-2030**



ได้รับความเห็นชอบจากที่สภามหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ในคราวประชุมครั้งที่ 16/2568 วันที่ 17 ธันวาคม 2568



มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
ธันวาคม 2569

สารบัญ		
ที่	เรื่อง	หน้า
ส่วนที่ 1	บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)	8
	บทนำ: การกำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์สู่การเป็น “มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”	11
	1.1 หลักการและเหตุผล: การตอบสนองต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงและยุทธศาสตร์ชาติ	11
	1.2 กระบวนการจัดทำและทบทวนแผน: การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	11
	1.3 ทิศทางองค์กร: วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร (CHANGE)	12
	1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเชิงกลยุทธ์ (SWOT/TOWS Analysis)	13
ส่วนที่ 2	1.5 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors) และความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์	18
	ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์การพัฒนา (พ.ศ. 2569-2573)	19
	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ (Academic Excellence)	20
	1.1 เป้าประสงค์: ผลิตบัณฑิตสมรรถนะสูงพร้อมทำงาน และขยายฐานผู้เรียนสู่สากล	20
	1.1.1 กลยุทธ์: พัฒนาหลักสูตรเรือธง (Flagship Programs) ที่ตอบโจทย์การพัฒนาท้องถิ่นและประเทศ	20
	1.1.2 กลยุทธ์: ปฏิรูปการเรียนการสอนสู่การเรียนรู้เชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) และการเรียนรู้เชิงประสบการณ์	21
	1.1.3 กลยุทธ์: ขับเคลื่อนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ผ่านระบบธนาคารหน่วยกิตและหลักสูตร non-degree	21
	1.1.4 กลยุทธ์: สร้างความร่วมมือและยกระดับความเป็นสากล (Internationalization)	22
	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนาการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างผลกระทบ (Research and Innovation for Impact)	25
	2.1 เป้าประสงค์: สร้างผลงานวิจัยที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์และแก้ปัญหาเชิงพื้นที่ (Community Based Research)	25
	2.1.1 กลยุทธ์: กำหนดทิศทางการวิจัยมุ่งเป้าที่สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG และศักยภาพพื้นที่	25
	2.1.2 กลยุทธ์: พัฒนาระบบนิเวศการวิจัยและส่งเสริมการตีพิมพ์ในระดับนานาชาติ	26
	2.1.3 กลยุทธ์: เร่งรัดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา	26
	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: บริการวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่า (Academic Services for Value Creation)	28
	3.1 เป้าประสงค์: ยกระดับบริการวิชาการเชิงรุกและสร้างหน่วยธุรกิจที่สร้างรายได้ให้มหาวิทยาลัย	28

3.1.1 กลยุทธ์: พัฒนารูปแบบบริการวิชาการที่ตอบโจทย์การพัฒนาจังหวัดและสร้างผลกระทบทางสังคม (SROI)	28
3.1.2 กลยุทธ์: จัดตั้งและบ่มเพาะหน่วยธุรกิจวิชาการ (Academic Business Units) เชิงพาณิชย์	29
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: ส่งเสริมอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรม (Arts and Culture Enhancement)	30
4.1 เป้าประสงค์: อนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ Soft Power	30
4.1.1 กลยุทธ์: บูรณาการศิลปวัฒนธรรมกับการเรียนการสอนและการวิจัย	30
4.1.2 กลยุทธ์: สร้างความร่วมมือกับชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงวัฒนธรรม	31
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: บริหารจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน (Excellence and Sustainable Management)	32
5.1 เป้าประสงค์: พัฒนาองค์กรสู่มาตรฐานสากล (EdPEX) และสร้างวัฒนธรรมคุณภาพ	32
5.1.1 กลยุทธ์: ยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการองค์กรตามแนวทาง EdPEX สู่เป้าหมาย 300 คะแนน	32
5.1.2 กลยุทธ์: ปฏิรูปสู่องค์กรดิจิทัลและพัฒนาระบบสารสนเทศอัจฉริยะ (Smart University)	33
5.1.3 กลยุทธ์: บริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส (ITA)	33
5.2 เป้าประสงค์: พัฒนาสมรรถนะและสร้างความผูกพันของบุคลากร (Human Capital Development)	34
5.2.1 กลยุทธ์: จัดทำแผนพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากรเชิงระบบ (Competency-based Development)	34
5.2.2 กลยุทธ์: สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้และสร้างนวัตกรรม	34
5.3 เป้าประสงค์: สร้างแบรนด์และสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Branding and Stakeholder Engagement)	35
5.3.1 กลยุทธ์: การตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดผู้เรียนในอนาคต (Prospective Students)	35
5.3.2 กลยุทธ์: สร้างประสบการณ์และความผูกพันสำหรับนักศึกษาปัจจุบัน (Current Students)	35
5.3.3 กลยุทธ์: สร้างเครือข่ายและความภักดีของศิษย์เก่า (Alumni Loyalty and Engagement)	35
ส่วนที่ 3 กรอบการขับเคลื่อน การติดตาม และประเมินผล	37
3.1 การขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ: จากยุทธศาสตร์สู่แผนปฏิบัติการรายปี	38
3.2 กรอบการวัดผลสัมฤทธิ์ด้วย Balanced Scorecard (BSC) และแผนที่ยุทธศาสตร์	38
3.3 การกำหนดเป้าหมายและผลลัพธ์หลัก (Objectives and Key Results: OKRs)	41

3.3.1 การออกแบบตัวชี้วัดนำและตัวชี้วัดตาม (Lead & Lag Indicators)	41
3.3.2 การถ่ายทอดตัวชี้วัด (KPIs/OKRs Cascade) สู่ระดับหน่วยงานและบุคคล	43
 สารบัญตาราง	 5
สารบัญภาพประกอบ	6
ภาคผนวก	7

สารบัญตาราง

ตารางที่	เรื่อง	หน้า
1	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของมหาวิทยาลัย (SWOT/TOWS Matrix)	13
2	การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความคาดหวัง (Stakeholder Analysis)	14
3	ตารางแสดงการเชื่อมโยงแผนการจัดการศึกษากับ 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ภาพสินธุ์	16
4	ตารางสรุปตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายระยะ 5 ปี ตามประเด็นยุทธศาสตร์ (Master KPIs)	17
5	ตาราง Balanced Scorecard (BSC) ของมหาวิทยาลัยภาพสินธุ์	40
6	ตาราง Objectives and Key Results (OKRs) และการจำแนก Lead/Lag Indicators ระดับมหาวิทยาลัย	42
7	แผนการรับนักศึกษาเชิงยุทธศาสตร์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569-2573)	44
8	กรอบสมรรถนะหลักสำหรับบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน (Competency Framework)	45
9	สรุปกรอบงบประมาณเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการเปลี่ยนแปลงและการดำเนินงาน (Change vs. Run the University)	46

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	เรื่อง	หน้า
1	กรอบแนวคิดการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (Retreat Vision KSU)	23
2	แผนที่ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์	23
3	การยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ (Academic Excellence)	24
4	แนวทางการกำหนดแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map)	39

ภาคผนวก

ภาคผนวก

เรื่อง

- ก กรอบการวัดผลและประเมินผลฉบับสมบูรณ์**
 ก.1 แนวทางการกำหนดแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) และตาราง Balanced Scorecard (BSC)
 ก.2 ตาราง Objectives and Key Results (OKRs) และ Lead/Lag Indicators รายประเด็นยุทธศาสตร์
- ข แผนปฏิบัติการ (Action Plan) และโครงการริเริ่ม (Strategic Initiatives) ที่สำคัญ**
 ข.1 สรุปรโครงการเรือธง (Flagship Projects) ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์
 ข.2 แผนปฏิบัติการรายประเด็นยุทธศาสตร์ (ประกอบด้วย: โครงการริเริ่ม, กิจกรรมหลัก, หน่วยงานรับผิดชอบ, กรอบเวลา, งบประมาณ, ตัวชี้วัดโครงการ)
- ค แผนแม่บทการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Master Plan)**
 ค.1 แผนพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากร (Competency Development Plan)
 ค.2 แผนบริหารอัตรากำลังและสร้างความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Workforce and Career Path Planning)
- ง แผนปฏิบัติการด้านการตลาดและการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย**
 ง.1 แผนการสื่อสารแบรนด์และประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Rebranding & Communication Plan)
 ง.2 แผนงานสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าและผู้ประกอบการ (Alumni & Employer Relations Plan)
- จ ตารางสรุปตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569-2573)**
- ฉ แผนการรับนักศึกษาและแผนการพัฒนาหลักสูตร CWIE**
 ฉ.1 ตารางสรุปแผนการรับนักศึกษารายหลักสูตรและคณะ (พ.ศ. 2569-2573)
 ฉ.2 ตารางสรุปแผนการพัฒนาหลักสูตร CWIE ของแต่ละคณะ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

แผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569-2573) ฉบับนี้ คือพิมพ์เขียวเชิงยุทธศาสตร์ที่ถูกออกแบบขึ้นเพื่อพลิกโฉมมหาวิทยาลัย ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569-2573) ท่ามกลางความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น แผนฉบับนี้จึงไม่ใช่เพียงแผนปฏิบัติการต่อเนื่อง แต่คือ การปรับกระบวนทัศน์ครั้งสำคัญ จาก การเป็นผู้เล่นระดับภูมิภาคสู่การเป็น “สถาบันหลักของท้องถิ่น (Anchor Institution)” ที่ใช้จุดแข็งเชิงพื้นที่สร้าง การยอมรับในระดับสากล ภายใต้วิสัยทัศน์ “มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนและยกระดับมาตรฐานสู่สากล”

หัวใจสำคัญของแผนฉบับนี้คือ การจัดลำดับความสำคัญอย่างเข้มข้น และมุ่งสู่เชิงปฏิบัติการ โดยมุ่งเน้น ทรัพยากรไปยัง 5 ประเด็นยุทธศาสตร์หลักที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เพื่อแก้ไข "ช่องว่างระหว่างกลยุทธ์และการปฏิบัติ" (Strategy-execution Gap) ที่เคยเป็นความเสี่ยงสำคัญ ดังนี้

1. **ยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ (Academic Excellence)** ปฏิรูปหลักสูตรครั้งใหญ่โดยมุ่งพัฒนา **หลักสูตรเรือธง (Flagship Programs)** ที่ตอบโจทย์ความต้องการเร่งด่วนของท้องถิ่นและประเทศ ได้แก่ **การจัดตั้งคณะพยาบาลศาสตร์** เพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนพยาบาลกว่า 900 อัตราในพื้นที่ในระยะ 5 ปี **หลักสูตรดุริยางคศาสตรบัณฑิต** เพื่อต่อยอดทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และ Soft Power และ **การจัดตั้งโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์** เพื่อเป็นต้นแบบการศึกษาและแหล่งฝึกปฏิบัติของคณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา รวมไปถึงการขยายฐานผู้เรียนทั้งมหาวิทยาลัยทุกระดับโดยหลักสูตรเป้าหมายของแต่ละคณะที่จะถูกยกระดับและพัฒนาให้เป็นหลักสูตร CWIE เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายจำนวนนักศึกษาที่มากกว่า 8,000 คน ภายในปี 2573 และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ผ่านระบบธนาคารหน่วยกิต เพิ่มจำนวนผู้เรียนในระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต

2. **พัฒนาการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างผลกระทบ (Research and Innovation for Impact)** เปลี่ยนทิศทางการวิจัยจากการเน้นปริมาณสู่การเน้นผลกระทบเชิงพื้นที่อย่างแท้จริง (Community-based Research) โดยมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมที่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์และแก้ปัญหาชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG และอื่น ๆ ที่จะผลักดันให้มหาวิทยาลัยกลายเป็นฐานของการพัฒนาท้องถิ่นฐานรากได้อย่างเข้มแข็งและโดดเด่น

3. **บริการวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่า (Academic Services for Value Creation)** ปรับเปลี่ยนสู่การบริการวิชาการเชิงรุก โดยมีเป้าหมายชัดเจนในการสร้างรายได้ผ่าน การจัดตั้งหน่วยธุรกิจวิชาการ (Academic Business Units) หน่วยบ่มเพาะธุรกิจเชิงรุก และอื่น ๆ เพื่อให้มหาวิทยาลัยสามารถพึ่งพาตนเองทางการเงินและสร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจให้แก่ท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

4. **ส่งเสริมอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรม (Arts and Culture Enhancement)** ขับเคลื่อนการอนุรักษ์และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม โดยใช้หลักสูตรดุริยางคศาสตร์และหลักสูตรด้านศิลปวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหัวหอกในการสร้าง Soft Power และผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดกาฬสินธุ์และใกล้เคียง

5. บริหารจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน (Excellence and Sustainable Management)

วางรากฐานองค์กรให้แข็งแกร่งด้วยการยกระดับคุณภาพสู่มาตรฐานสากล โดยตั้งเป้าหมายคะแนนประเมินคุณภาพระดับหลักสูตรที่ 4 คะแนนมากกว่าร้อยละ 80 ของหลักสูตรทุกระดับปริญญา และคะแนนประเมินระดับคณะและระดับองค์กรตามเกณฑ์ EdPEX ที่มากกว่า 300 คะแนน และผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA) ในระดับสูง พร้อมทั้งปฏิรูปองค์กรดิจิทัลครบวงจร พัฒนาสมรรถนะบุคลากรเชิงระบบด้วย KSU-PSF และปรับภาพลักษณ์องค์กร (Rebranding) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

เพื่อให้มั่นใจว่าแผนจะถูกนำไปปฏิบัติอย่างเกิดผลจริง แผนฉบับนี้ได้นำกรอบการวัดผลสมัยใหม่มาใช้ โดยเปลี่ยนจากตัวชี้วัดเชิงกิจกรรม (Activity-based) ไปสู่ ตัวชี้วัดที่มุ่งเน้นผลลัพธ์และผลกระทบ (Outcome-based) ผ่านเครื่องมืออย่าง Balanced Scorecard (BSC) และ Objectives and Key Results (OKRs) ซึ่งจะทำให้การติดตามและประเมินผลมีความคมชัดและสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างทันทั่วทั้งที่

โดยสรุป แผนการจัดการศึกษาฉบับนี้คือพันธสัญญาของมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ในการก้าวสู่บทบาทใหม่ที่ท้าทายและมีความหมายยิ่งขึ้น ไม่ใช่เพียงในฐานะสถาบันการศึกษา แต่ในฐานะกลไกหลักในการขับเคลื่อนอนาคตของจังหวัดกาฬสินธุ์อย่างยั่งยืน

ส่วนที่ 1

บทนำ

การกำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์สู่การเป็น “มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”

1.1 หลักการและเหตุผล: การตอบสนองต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงและยุทธศาสตร์ชาติ

แผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569-2573) ฉบับนี้ ถูกจัดทำขึ้นท่ามกลางความจำเป็นเร่งด่วนเชิงยุทธศาสตร์ที่มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์และสถาบันอุดมศึกษาในระดับภูมิภาคต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อภารกิจขององค์กร อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่ทำให้อัตราการเกิดลดลงอย่างต่อเนื่อง และสภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ในบริบทเช่นนี้ การมีวินัยเชิงกลยุทธ์และการสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนจึงไม่ใช่เพียงทางเลือก แต่เป็นเงื่อนไขที่จำเป็นอย่างยิ่งยวดต่อความสำเร็จในระยะยาว

แผนฉบับนี้จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการแปลงนโยบายระดับชาติสู่การปฏิบัติในระดับสถาบัน โดยได้วิเคราะห์และเชื่อมโยงทิศทางการพัฒนากับ **ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี** โดยเฉพาะด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570)** ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิตและโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-green Economy) และ **แผนพัฒนาจังหวัดกาฬสินธุ์** ที่มีเป้าหมายในการพัฒนาเมืองสู่ภาวะและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569-2573) ที่มุ่งเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่องค์กรขนาดเล็กคุณภาพสูง ด้วยเหตุนี้ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ในฐานะ **“มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”** จึงต้องปรับกระบวนทัศน์จากการเป็นเพียงสถาบันการศึกษา ไปสู่การเป็น **“สถาบันหลักของท้องถิ่น (Anchor Institution)”** ที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัด โดยใช้จุดแข็งเชิงพื้นที่เป็นเครื่องมือในการสร้างการยอมรับในระดับสากล แผนฉบับนี้จึงเป็นคำตอบเชิงกลยุทธ์ในการนำพามหาวิทยาลัยให้สามารถรับมือกับความท้าทาย สร้างคุณค่าที่จับต้องได้ให้แก่ชุมชน และขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง

1.2 กระบวนการจัดทำและทบทวนแผน : การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อให้แผนยุทธศาสตร์ฉบับนี้สะท้อนความต้องการและเป็นที่ยอมรับจากทุกภาคส่วน มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์จึงได้ออกแบบกระบวนการจัดทำและทบทวนแผนอย่างเป็นระบบ โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางกระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย 5 กิจกรรมหลักที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

1. **การทบทวนผลการดำเนินงานย้อนหลัง (Performance Review):** เริ่มต้นจากการทบทวนผลการดำเนินงานตามนโยบายของสภามหาวิทยาลัยและแผนยุทธศาสตร์ฉบับเดิมในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2565-2567) เพื่อประเมินความสำเร็จ ช่องว่าง และบทเรียนที่ได้รับ
2. **การสัมมนาเชิงนโยบาย (Policy Retreat):** จัดเวทีสัมมนาระหว่างคณะกรรมการสภามหาวิทยาลัย ผู้บริหาร และบุคลากร เพื่อทบทวนและกำหนดทิศทางการพัฒนาในภาพใหญ่ให้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

3. **การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Workshop):** เปิดเวทีระดมความคิดเห็นจากผู้บริหารและบุคลากรภายใน เพื่อร่วมกันวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อม กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ และปัจจัยขับเคลื่อนที่จำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมาย
4. **การระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement):** จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายใน (บุคลากร นักศึกษา) และภายนอก (ผู้แทนภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต) โดยมีการรับฟังความคิดเห็นร่วมกับการทำแผนพัฒนามหาวิทยาลัยระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569 – 2573) เพื่อสะท้อนบทบาทและความคาดหวังต่อมหาวิทยาลัยในฐานะศูนย์กลางการพัฒนาท้องถิ่น
5. **การวิพากษ์ร่างแผนยุทธศาสตร์ (Public Hearing):** นำเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์ต่อประชาคมและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอีกครั้ง เพื่อรับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม นำไปสู่การปรับปรุงแผนให้มีความสมบูรณ์และรอบด้านที่สุดก่อนนำเสนอเพื่อขอความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย

กระบวนการทั้งหมดนี้ทำให้มั่นใจได้ว่า แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศึกษามหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ฉบับนี้ถูกสร้างขึ้นบนฐานของข้อมูลจริง เป็นผลลัพธ์ของการตกผลึกทางความคิดร่วมกัน และได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

1.3 ทิศทางองค์กร : วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กร (CHANGE)

เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและเป็นหนึ่งเดียว มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ได้กำหนดองค์ประกอบสำคัญของทิศทางองค์กรไว้ดังนี้ :

วิสัยทัศน์ (Vision) : “มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนและยกระดับมาตรฐานสู่สากล”

พันธกิจ (Mission) :

1. ผลิดำรงคนให้มีจิตสำนึก และความรู้ความสามารถเพื่อเป็นหลักในการขับเคลื่อนพัฒนา และเปลี่ยนแปลงในระดับพื้นที่
2. วิจัยและสร้างนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น
3. บริการวิชาการเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับชุมชนท้องถิ่น
4. ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน

ปรัชญาทางการศึกษา (Philosophy of Education): ประสบการณ์สร้างการเรียนรู้สู่มืออาชีพ
"Experiential Learning for Becoming Professionals"

ค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กร (Core Values & Culture) : มหาวิทยาลัยได้กำหนดค่านิยมหลักเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งภายใต้แนวคิด “CHANGE” ซึ่งมีความหมายดังนี้

C - Collaboration: ทำงานอย่างมีส่วนร่วม บูรณาการความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกองค์กร

H - High Performance: มุ่งสร้างผลงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

A - Agility: มีความยืดหยุ่น คล่องตัว และพร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

N - Networking: สร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็งเพื่อการพัฒนา

G - Good Governance: บริหารจัดการองค์กรตามหลักธรรมาภิบาล มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้

E - Excellence: มุ่งมั่นสร้างความเป็นเลิศในทุกพันธกิจของมหาวิทยาลัย

อัตลักษณ์บัณฑิต “มุ่งมั่น สร้างสรรค์ เชี่ยวชาญวิชาชีพ”

ทิศทางการครุเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นเสมือนเข็มทิศนำทางและเป็นรากฐานทางความคิดในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทุกระดับ เพื่อขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเชิงกลยุทธ์ (SWOT/TOWS Analysis)

จากการระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของมหาวิทยาลัย (SWOT Analysis) ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ได้ดังนี้

ตารางที่ 1: การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของมหาวิทยาลัย (SWOT/TOWS Matrix)

ปัจจัยภายใน (Internal Factors)	ปัจจัยภายนอก (External Factors)
S - Strengths (จุดแข็ง)	O - Opportunities (โอกาส)
S1: มีการบูรณาการการเรียนการสอน การวิจัย และบริการวิชาการร่วมกับชุมชนอย่างเข้มแข็ง	O1: การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Digital Transformation) เปิดโอกาสให้พัฒนารูปแบบการเรียนการสอนใหม่ๆ
S2: มีระบบบริหารจัดการที่ยึดหลักธรรมาภิบาล และมีความโปร่งใส (ITA)	O2: นโยบายการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ของประเทศ ช่วยขยายฐานกลุ่มผู้เรียนใหม่
S3: มีเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนในพื้นที่	O3: กระแส Soft Power และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นโอกาสในการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม
S4: มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและมีจิตบริการ	O4: นโยบายระดับชาติ เช่น BCG Model และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี สนับสนุนการพัฒนาการศึกษาและนวัตกรรม
W - Weaknesses (จุดอ่อน)	T - Threats (อุปสรรค)
W1: โครงสร้างพื้นฐานและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศยังไม่เสถียรและไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่	T1: ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและนโยบายภาครัฐ อาจส่งผลกระทบต่องบประมาณสนับสนุน
W2: หลักสูตรบางส่วนยังไม่ทันสมัยและไม่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานอย่างเต็มที่	T2: ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลในพื้นที่ชนบทเป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้แบบออนไลน์
W3: บุคลากรบางส่วนยังขาดทักษะที่ทันสมัย โดยเฉพาะทักษะด้านดิจิทัลและการวิจัยระดับสูง	T3: การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้เรียนยุคใหม่ที่ต้องการความยืดหยุ่นและหลักสูตรระยะสั้น
W4: ระบบบริหารจัดการงานวิจัยยังขาดความคล่องตัวและระบบและกลไกการต่อยอดเชิงพาณิชย์	T4: การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว อาจทำให้บุคลากรปรับตัวไม่ทัน
W5: การบริหารจัดการรายได้ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และยังมีพึ่งพางบประมาณแผ่นดินเป็นหลัก	T5: การแข่งขันที่สูงขึ้นจากสถาบันอุดมศึกษาอื่นและแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์จากต่างประเทศ

ST - กลยุทธ์เชิงป้องกัน (Maxi-Mini)	WT - กลยุทธ์เชิงรับ (Mini-Mini)
ST1 (S2 S3 T1 T5): ใช้ความน่าเชื่อถือด้านธรรมาภิบาลและเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่ เพื่อสร้างแหล่งรายได้ใหม่จากบริการวิชาการและโครงการร่วมทุน ลดการพึ่งพางบประมาณแผ่นดินและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	WT1 (W1 W5 T1 T5): จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงทางการเงินอย่างเข้มข้น พร้อมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อลดต้นทุนและสร้างความมั่นคงทางการเงินในระยะยาว
ST2 (S1 T2 T3): ใช้จุดแข็งด้านการเรียนรู้ฐานชุมชน (Community-Based Learning) มาสร้างรูปแบบการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Hybrid) ที่ลดอุปสรรคด้านเทคโนโลยีและตอบสนองพฤติกรรมผู้เรียนยุคใหม่	WT2 (W2 W3 T3 T4): จัดทำแผนพัฒนาบุคลากรและหลักสูตรขนานใหญ่ โดยเน้นทักษะดิจิทัลและการออกแบบการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่น เพื่อให้สามารถปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้เรียน

ผลการวิเคราะห์ SWOT ข้างต้น ได้ถูกนำไปสังเคราะห์ต่อโดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix เพื่อกำหนดเป็นแนวทางกลยุทธ์ในเชิงรุก (SO) เชิงป้องกัน (ST) เชิงแก้ไข (WO) และเชิงรับ (WT) ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนากลยุทธ์ในส่วนถัดไปของแผนฉบับนี้

ตารางที่ 2: การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและความคาดหวัง (Stakeholder Analysis)

ตารางนี้จำแนกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของมหาวิทยาลัย และวิเคราะห์ความคาดหวังหลักของแต่ละกลุ่ม เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบยุทธศาสตร์ที่ตอบสนองต่อทุกภาคส่วน

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาทและความสัมพันธ์	ความคาดหวังหลักต่อมหาวิทยาลัย
นักศึกษา (ปัจจุบันและอนาคต)	ลูกค้าโดยตรงและศูนย์กลางของพันธกิจ	- หลักสูตรทันสมัย มีคุณภาพ และนำไปประกอบอาชีพได้จริง - ประสบการณ์การเรียนรู้ที่ดี ทั้งในและนอกห้องเรียน - มีทักษะที่จำเป็นต่อศตวรรษที่ 21 (Soft Skills & Digital Skills) - ค่าเล่าเรียนที่สมเหตุสมผล และมีโอกาสได้รับการศึกษา
บุคลากร (สายวิชาการและสายสนับสนุน)	ผู้ขับเคลื่อนพันธกิจและสร้างคุณภาพให้องค์กร	- สภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี มีความมั่นคง และส่งเสริมสุขภาวะ - โอกาสในการพัฒนาตนเองและความก้าวหน้าในสายอาชีพ

กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	บทบาทและความสัมพันธ์	ความคาดหวังหลักต่อมหาวิทยาลัย
		• ระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเป็นธรรม • การสนับสนุนทรัพยากรที่เพียงพอต่อการทำงาน (ด้านการวิจัยและการสอน)
ศิษย์เก่า	เครือข่ายและทูตของมหาวิทยาลัย	• การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งระหว่างศิษย์เก่า • โอกาสในการเรียนรู้เพิ่มเติม (Upskill/Reskill) • ความภาคภูมิใจในสถาบันผ่านชื่อเสียงและความสำเร็จของมหาวิทยาลัย
ผู้ใช้บัณฑิต / สถานประกอบการ	ผู้รับผลิตและผู้สะท้อนคุณภาพบัณฑิต	• บัณฑิตมีทักษะและความรู้ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน • บัณฑิตมีคุณลักษณะที่ดี มีความรับผิดชอบ และพร้อมเรียนรู้ • ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในการพัฒนาหลักสูตร (CWIE) และการวิจัย
ชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น	พันธมิตรในการพัฒนาและได้รับประโยชน์โดยตรง	• การเป็นที่พึ่งทางวิชาการและแหล่งองค์ความรู้ในการแก้ปัญหาท้องถิ่น • การสร้างบัณฑิตที่กลับมาพัฒนาภูมิปัญญา • การมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน
รัฐบาลและหน่วยงานกำกับดูแล (อว. สกสว. สมศ. ฯลฯ)	ผู้กำหนดนโยบาย ผู้จัดสรรงบประมาณ และผู้ประเมินคุณภาพ	• การจัดการศึกษาที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด • การผลิตกำลังคนที่ตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติ • การบริหารจัดการที่โปร่งใส คำนึงถึงค่านิยมและจริยธรรม

ตารางที่ 3: ตารางแสดงการเชื่อมโยงแผนการจัดการศึกษากับ 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย กาฬสินธุ์

ตารางแสดงความสอดคล้องระหว่างเป้าประสงค์และกลยุทธ์ในแผนการจัดการศึกษา ต่อ 5 ประเด็นยุทธศาสตร์หลักของมหาวิทยาลัย (พ.ศ. 2569-2573)

ประเด็นยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์และกลยุทธ์หลักที่สอดคล้องกันในแผนการจัดการศึกษา
1. ยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ	เป้าประสงค์ 1.1: ผลิตบัณฑิตสมรรถนะสูงพร้อมทำงาน และขยายฐานผู้เรียนสู่สากล • กลยุทธ์: พัฒนาหลักสูตรเรือธง (พยาบาลศาสตร์, ดุริยางคศาสตร์, ศิลปะวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์, โรงเรียนสาธิตฯ) ปฏิรูปการเรียนการสอนสู่ CWIE, ขับเคลื่อน Lifelong Learning และสร้างความร่วมมือระดับสากล
2. พัฒนาการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างผลกระทบ	เป้าประสงค์ 2.1: สร้างผลงานวิจัยที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์และแก้ปัญหาเชิงพื้นที่ • กลยุทธ์: กำหนดทิศทางการวิจัยมุ่งเป้า (BCG) พัฒนาระบบนิเวศการวิจัย และเร่งรัดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ผ่านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา
3. บริการวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่า	เป้าประสงค์ 3.1: ยกระดับบริการวิชาการเชิงรุกและสร้างหน่วยธุรกิจที่สร้างรายได้ • กลยุทธ์: พัฒนารูปแบบบริการวิชาการที่ตอบโจทย์จังหวัดและสร้างให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมสูง (SROI) และจัดตั้ง/ปมเพาะหน่วยธุรกิจวิชาการ (Academic Business Units) เชิงพาณิชย์
4. ส่งเสริมอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรม	เป้าประสงค์ 4.1: อนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และ Soft Power • กลยุทธ์: บูรณาการศิลปวัฒนธรรมกับการเรียนการสอน (หลักสูตรดุริยางคศาสตร์, หลักสูตรศิลปวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์) และสร้างความร่วมมือกับชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงวัฒนธรรม
5. บริหารจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน	เป้าประสงค์ 5.1: พัฒนาองค์กรสู่มาตรฐานสากล (EdPEX) และสร้างวัฒนธรรมคุณภาพ เป้าประสงค์ 5.2: พัฒนาสมรรถนะและสร้างความผูกพันของบุคลากร เป้าประสงค์ 5.3: สร้างแบรนด์และสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย • กลยุทธ์: ยกระดับสู่ EdPEX 300+ คะแนน AUN-QA ระดับ 4 คะแนน ปฏิรูปสู่องค์กรดิจิทัล บริหารตามหลักธรรมาภิบาล (ITA) พัฒนาบุคลากรเชิงระบบ และทำการตลาดเพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กร (Rebranding)

ตารางที่ 4: ตารางสรุปตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายระยะ 5 ปี ตามประเด็นยุทธศาสตร์ (Master KPIs)

ตารางนี้รวบรวมตัวชี้วัดความสำเร็จหลัก (KPIs) ทั้งหมดของแผนยุทธศาสตร์ พร้อมค่าเป้าหมายรายปี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามและประเมินผลความก้าวหน้า

ประเด็นยุทธศาสตร์ / ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย นับ	Baseline (2567)	2569	2570	2571	2572	2573
ยุทธศาสตร์ที่ 1: Academic Excellence							
KPI-S1: ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งาน ทำหรือประกอบอาชีพอิสระ ภายใน 1 ปี	ร้อยละ	66.76	82	84	86	88	90
KPI-S2: ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวน นักศึกษาทุกระดับ	ร้อยละ	-	14	30	50	70	90
ยุทธศาสตร์ที่ 2: Research and Innovation							
KPI-S3: ร้อยละผลงานวิจัยตีพิมพ์ใน วารสารระดับชาติ/นานาชาติ (ตามประกาศ ก.พ.อ.)	ร้อยละ	32.74	35	40	45	50	55
KPI-S4: จำนวนผลงานวิจัยที่ใช้ประโยชน์ เชิงพาณิชย์/พื้นที่/สังคม	ผลงาน	21	25	30	35	40	45
ยุทธศาสตร์ที่ 3: Academic Services							
KPI-S5: จำนวนผลิตภัณฑ์/องค์ความรู้ที่ สร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ/สังคม	ผลงาน	21	25	31	37	43	49
ยุทธศาสตร์ที่ 4: Arts and Culture							
KPI-S6: จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการเชิง วัฒนธรรมที่สร้างคุณค่า/มูลค่า	ผลิตภัณฑ์	32	20	20	20	20	20
ยุทธศาสตร์ที่ 5: Excellence Management							
KPI-S7: ระดับสมรรถนะบุคลากรสาย วิชาการ ตาม KSU-PSF เฉลี่ยเต็ม 4	เฉลี่ย	-	2	2.5	3	3	4
KPI-S7: ระดับสมรรถนะบุคลากรสาย สนับสนุน เฉลี่ยเต็ม 5	ระดับ	-	3	3	4	4	5

ประเด็นยุทธศาสตร์ / ตัวชี้วัด (KPI)	หน่วย นับ	Baseline (2567)	2569	2570	2571	2572	2573
KPI-O18: ผลการประเมิน EdPEX (ระดับสถาบัน)	คะแนน	208	285	300	325	340	350
KPI-Oxx: ผลการประเมิน EdPEX (ระดับคณะ/ส่วนราชการ)	คะแนน	-	285	300	325	340	350
KPI-O20: ผลการประเมิน ITA	คะแนน	91.54	90	92	94	96	98
KPI-Oxx: ผลการประเมิน AUN-QA เฉลี่ย	คะแนน	-	3.5	4	4	4.5	5

1.5 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors) และความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์

เพื่อให้มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์สามารถบรรลุวิสัยทัศน์และขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ให้เกิดผลเป็นรูปธรรม จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับ **ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factors: CSFs) 5 ประการ** ดังนี้

1. **หลักสูตรที่เชื่อมโยงกับท้องถิ่นและมาตรฐานสากล:** การมีหลักสูตรที่ตอบโจทย์ความต้องการของชุมชนและตลาดแรงงาน ควบคู่ไปกับการยกระดับคุณภาพสู่มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ
2. **ระบบนิเวศการวิจัยที่เอื้อต่อการสร้างผลกระทบ:** การมีระบบสนับสนุนการวิจัยที่ครบวงจร ตั้งแต่การให้ทุน การพัฒนาศักยภาพนักวิจัย ไปจนถึงกลไกการนำผลงานไปใช้ประโยชน์เชิงพื้นที่และเชิงพาณิชย์
3. **การบริหารจัดการบริการวิชาการเชิงรุก:** การมีกลไกที่สามารถเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างแท้จริง เพื่อสร้างรายได้และความเชื่อมั่นให้แก่มหาวิทยาลัย
4. **การต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์:** การมีทรัพยากรและองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และสามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้
5. **โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและระบบบริหารที่ทันสมัย:** การมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มั่นคงและมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งระบบบริหารจัดการที่โปร่งใสและคล่องตัวเพื่อสนับสนุนทุกภารกิจ

อย่างไรก็ตาม การจะบรรลุความสำเร็จดังกล่าวยังต้องเผชิญกับ **ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Challenges)** ที่สำคัญ ซึ่งมหาวิทยาลัยต้องก้าวข้ามให้ได้ ได้แก่ **ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและการเปลี่ยนแปลงทางประชากร** ที่ส่งผลให้จำนวนผู้เรียนลดลง **ข้อจำกัดด้านงบประมาณ** ที่ต้องบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และ **ช่องว่างระหว่างกลยุทธ์และการปฏิบัติ (Strategy-execution Gap)** ซึ่งเป็นความเสี่ยงภายในที่ต้องแก้ไขโดยการสร้างกลไกการขับเคลื่อนและติดตามผลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกโครงการและกิจกรรมที่ดำเนินการจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างแท้จริง

ส่วนที่ 2: ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์การพัฒนา (พ.ศ. 2569-2573)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1

ยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ (Academic Excellence)

ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ถือเป็นหัวใจหลัก (Core Mission) ของแผนการจัดการศึกษา ซึ่งมุ่งเน้นการปฏิรูปและยกระดับการดำเนินงานด้านวิชาการทั้งหมดของมหาวิทยาลัย เพื่อแก้ไขจุดอ่อนเชิงโครงสร้างที่หลักสูตรบางส่วนยังไม่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานอย่างเต็มที่ (W2) และเพื่อคว้าจับโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนโยบายการศึกษาของประเทศ (O1,O2) เป้าหมายสูงสุดคือการผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะสูงพร้อมทำงานจริง สร้างองค์ความรู้ที่ตอบสนองต่อการพัฒนาท้องถิ่น และขยายฐานผู้เรียนสู่ระดับสากลอย่างยั่งยืน

1.1 เป้าประสงค์ : ผลิตบัณฑิตสมรรถนะสูงพร้อมทำงาน และขยายฐานผู้เรียนสู่สากล

เป้าประสงค์หลักภายใต้ยุทธศาสตร์นี้คือการสร้างความเปลี่ยนแปลงที่วัดผลได้ใน 2 มิติสำคัญ คือ **มิติด้านคุณภาพ** ซึ่งมุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตที่ตลาดแรงงานต้องการและสามารถเป็นผู้ประกอบการได้ และ **มิติด้านปริมาณ** โดยตั้งเป้าหมายเชิงรุกในการเพิ่มจำนวนนักศึกษาทุกระดับให้มากกว่า 8,000 คน ภายในปี พ.ศ. 2573 เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ดังกล่าว มหาวิทยาลัยได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานที่สำคัญ 4 ด้านดังนี้

1.1.1 กลยุทธ์ : พัฒนาหลักสูตรเรือธง (Flagship Programs) ที่ตอบโจทย์การพัฒนาท้องถิ่นและประเทศ

เพื่อสร้างความแตกต่างและตอบสนองต่อความจำเป็นเร่งด่วนเชิงยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยจะใช้หลักการ “การจัดลำดับความสำคัญอย่างเข้มข้น (Ruthless Prioritization)” โดยทุ่มเททรัพยากรเพื่อพัฒนาและผลักดันหลักสูตรเรือธง (Flagship Programs) ที่เป็นโครงการเดิมพันสูง (Big Bet Projects) ซึ่งไม่เพียงแต่จะสร้างชื่อเสียงให้แก่มหาวิทยาลัย แต่ยังตอบสนองต่อความต้องการที่สำคัญของจังหวัดและประเทศโดยตรง ดังนี้

- **การจัดตั้งคณะพยาบาลศาสตร์** : โครงการนี้ถือเป็นภารกิจเร่งด่วนที่สุดในการตอบสนองต่อ **แผนพัฒนาจังหวัดกาฬสินธุ์** ด้านการเป็นเมืองสุขภาวะ และแก้ไขวิกฤตการณ์ขาดแคลนพยาบาลในพื้นที่ซึ่งมีจำนวนสูงถึงกว่า 900 คน การจัดตั้งคณะพยาบาลศาสตร์จะเป็นการผลิตบุคลากรทางการแพทย์เพื่อป้อนกลับสู่ระบบสาธารณสุขของท้องถิ่นโดยตรง ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการสุขภาพ และสร้างโอกาสทางการศึกษาในวิชาชีพที่เป็นที่ต้องการสูงให้แก่เยาวชนในพื้นที่
- **การพัฒนาหลักสูตรดุริยางคศาสตร์** : เพื่อขับเคลื่อนนโยบาย **Soft Power** ของประเทศ และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยจะพัฒนาหลักสูตรดุริยางคศาสตร์ ที่เน้นองค์ความรู้เรื่องดนตรีและศิลปะการแสดงอย่างครบวงจร โดยจะพัฒนาต่อเนื่องไปสู่ **ระดับปริญญาโท และปริญญาเอก สาขามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์** เพื่อสร้างบุคลากรที่สามารถยกระดับภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ศิลปะการแสดงพื้นถิ่นสู่เวทีสากลและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ได้อย่างเป็นระบบ
- **การจัดตั้งโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์** : เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐานในจังหวัด และสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ที่สมบูรณ์ โครงการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็น **โรงเรียนต้นแบบ (Model**

School) ที่มีการจัดการเรียนการสอนที่ทันสมัย และเป็น “ห้องปฏิบัติการที่มีชีวิต (Living Laboratory)” สำหรับนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ฯ ในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย “พื้นที่นวัตกรรมการศึกษา (Education Sandbox)” ของประเทศ

- **กลุ่มหลักสูตรเกษตรอัจฉริยะและเทคโนโลยีดิจิทัล:** เพื่อตอบสนองต่อโมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-circular-green Economy) และความต้องการกำลังคนในยุคดิจิทัล มหาวิทยาลัยจะมุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง เช่น เกษตรอัจฉริยะ เทคโนโลยีอาหาร วิศวกรรมเมคคาทรอนิกส์ และนวัตกรรมธุรกิจดิจิทัล ซึ่งเป็นสาขาที่จำเป็นต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมในพื้นที่ โดยแผนการรับนักศึกษาในหลักสูตรเหล่านี้และหลักสูตรอื่นๆ ได้ถูกกำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจนใน ตารางที่ 7 : แผนการรับนักศึกษาเชิงยุทธศาสตร์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569-2573)

1.1.2 กลยุทธ์ : ปฏิรูปการเรียนการสอนสู่การเรียนรู้เชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) และการเรียนรู้เชิงประสบการณ์

เพื่อผลิตบัณฑิตที่ “พร้อมทำงานจริง” (Job-ready Graduates) มหาวิทยาลัยจะปฏิรูปกระบวนการจัดการเรียนการสอนโดยเปลี่ยนจากการเน้นทฤษฎีในห้องเรียนไปสู่การเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติและการแก้ปัญหาจริง โดยมีแนวทางสำคัญคือ

- **การยกระดับการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) :** มหาวิทยาลัยจะขยายความร่วมมือกับสถานประกอบการชั้นนำ เพื่อเพิ่มสัดส่วนของนักศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการสหกิจศึกษาในรูปแบบ WIL (Work-integrated Learning) หรือ CWIE ที่ได้รับค่าตอบแทน โดยตั้งเป้าหมายตัวชี้วัดที่ชัดเจน (KPI-O1) เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์จริงและมีรายได้ระหว่างเรียน ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสการได้งานทำทันทีหลังสำเร็จการศึกษา
- **การส่งเสริมการเรียนรู้ฐานชุมชน (Community-Based Learning - CBL) :** เพื่อตอกย้ำอัตลักษณ์ “มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น” จะมีการนำแนวปฏิบัติสากลด้าน CBL มาปรับใช้ โดยให้นักศึกษานำความรู้ทางวิชาการไปใช้แก้ปัญหาจริงในชุมชน และในขณะเดียวกันก็เรียนรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้แบบสองทาง (Reciprocity) ที่สร้างประโยชน์ทั้งต่อผู้เรียนและชุมชน
- **การพัฒนาสมรรถนะและ Skill-Based Transcript :** มหาวิทยาลัยจะนำกรอบสมรรถนะ KSU Soft Skills 5C+ (Communication Collaboration Critical Thinking Community Digital Competency) มาบูรณาการเข้ากับทุกหลักสูตร พร้อมทั้งพัฒนาระบบการประเมินและจัดทำ Skill-Based Transcript หรือใบรับรองสมรรถนะควบคู่ไปกับใบรับรองผลการศึกษา เพื่อเป็นหลักฐานแสดงความสามารถที่จับต้องได้ให้แก่ผู้จ้าง

1.1.3 กลยุทธ์: ขับเคลื่อนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ผ่านระบบธนาคารหน่วยกิตและหลักสูตร non-degree

เพื่อตอบสนองต่อนโยบายการเรียนรู้ตลอดชีวิตของประเทศ (O2) และแนวโน้มของโลกที่มุ่งสู่การเรียนรู้แบบ Micro-credentials มหาวิทยาลัยจะขยายฐานผู้เรียนไปยังกลุ่มคนวัยทำงานและประชาชนทั่วไป โดยมีเป้าหมายเพิ่มจำนวนผู้เรียนกลุ่มนี้ให้ได้อย่างน้อย 35 ผ่านกลไกต่อไปนี้

- **การพัฒนาระบบธนาคารหน่วยกิต (Credit Bank System) :** จัดตั้งระบบที่เอื้อให้ผู้เรียนสามารถสะสมหน่วย กิตจากหลักสูตรระยะสั้น (Short Courses) หรือจากการเรียนรู้ในรูปแบบต่างๆ (Non-formal/Informal Learning) เพื่อนำมาเทียบโอนเป็นส่วนหนึ่งของปริญญาได้ในอนาคต
- **การพัฒนาหลักสูตร Non-degree เพื่อ Upskill/Reskill :** จัดตั้ง “ศูนย์การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Center for Lifelong Learning)” เพื่อพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นที่เน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็น และเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในท้องถิ่น เช่น หลักสูตร “การผลิตกราฟต์เปียร์” “การใช้ภาพถ่ายจากโดรนเพื่อเกษตรแม่นยำ” และ “AI คู่คิด” ซึ่งหลักสูตรเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะช่วยยกระดับทักษะของคนในชุมชน แต่ยังถูกออกแบบมาเพื่อเป็นต้นแบบในการสร้างหน่วยธุรกิจวิชาการที่สามารถสร้างรายได้กลับคืนสู่มหาวิทยาลัยได้อีกด้วย

1.1.4 กลยุทธ์ : สร้างความร่วมมือและยกระดับความเป็นสากล (Internationalization)

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ยกระดับมาตรฐานสู่สากล” มหาวิทยาลัยจะดำเนินกลยุทธ์ความเป็นสากลภายใต้กรอบแนวคิด “Glocal” (Global + Local) ซึ่งหมายถึงการใช้จุดแข็งของท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการสร้างการยอมรับในระดับสากล โดยมีแนวทางดังนี้

- **การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันในภูมิภาคอาเซียน :** มุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว เวียดนาม กัมพูชา และขยายไปยังจีน ไต้หวัน และญี่ปุ่น เพื่อดำเนินโครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษาและคณาจารย์ การวิจัยร่วม และการพัฒนาหลักสูตรร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการบูรณาการอุดมศึกษาในภูมิภาคอาเซียน (ASEAN Higher Education Integration)
- **การพัฒนาหลักสูตรนานาชาติและหลักสูตรสองภาษา :** เริ่มต้นจากการพัฒนาหลักสูตรที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอนในสาขาที่มีศักยภาพ เพื่อดึงดูดนักศึกษาต่างชาติและสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เป็นสากลภายในมหาวิทยาลัย
- **การบูรณาการมุมมองสากลเข้ากับหลักสูตร :** ส่งเสริมให้น้องนักศึกษาและกรณีศึกษาจากต่างประเทศมาบูรณาการในการเรียนการสอน เพื่อให้นักศึกษามีมุมมองที่กว้างไกลและสามารถทำงานในบริบทที่หลากหลายทางวัฒนธรรมได้ ซึ่งทั้งหมดนี้คือภาพสะท้อนของการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ตามที่ปรากฏใน

- ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ (Retreat Vision KSU)

Retreat Vision KSU

|มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น อย่างยั่งยืนและ
ยกระดับมาตรฐานสู่สากล

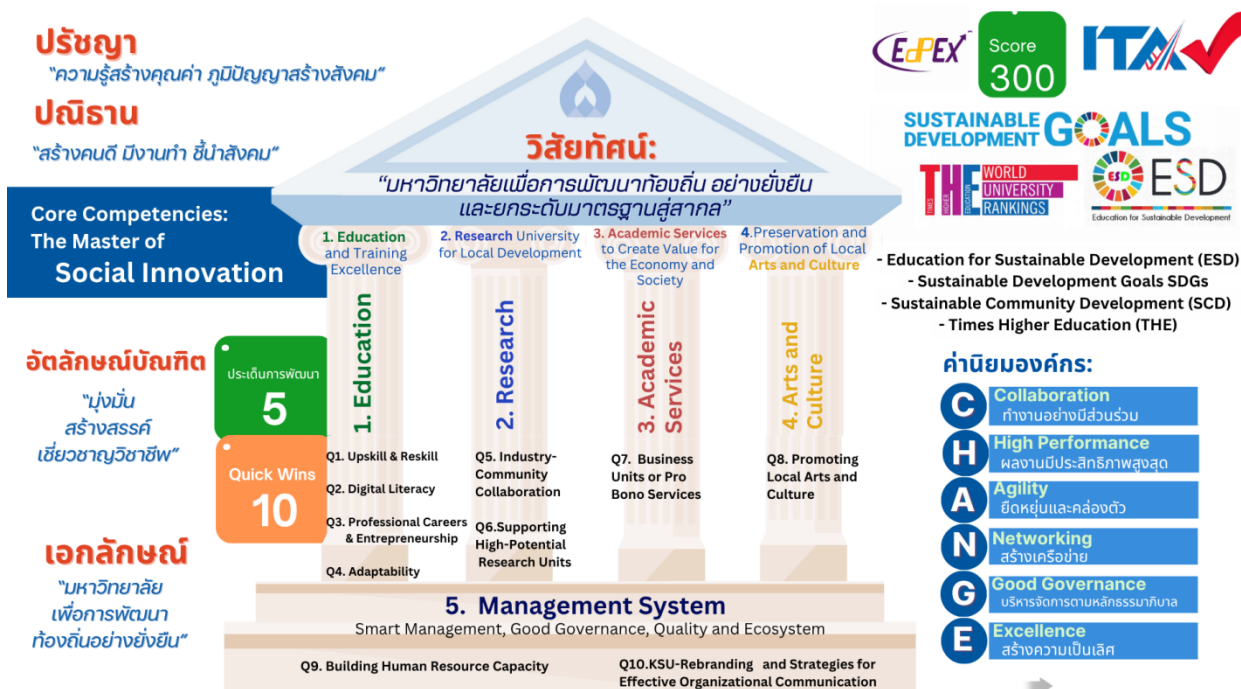
Goals :

“พัฒนาชุมชน ท้องถิ่นให้มีความเป็นอยู่ที่ดี อย่างยั่งยืน”

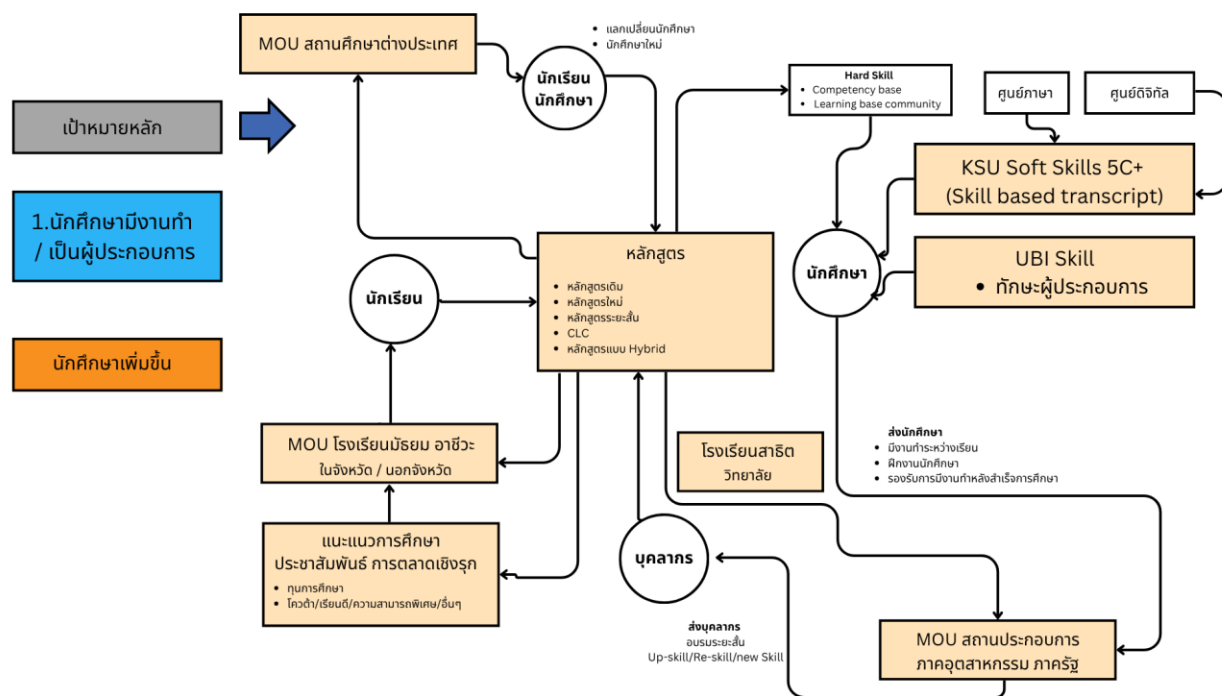
มหาวิทยาลัยต้องดำเนินการภายใต้แนวคิด “การพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน” ผ่านการวิจัย/นวัตกรรม บริการวิชาการ และการพัฒนาหลักสูตร ที่ตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน และการสร้างผลกระทบที่เป็นรูปธรรม และยังคงภาพอนาคต “การก้าวสู่การเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนและยกระดับมาตรฐานสู่สากล” ภายใต้ยุทธศาสตร์ “มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”



- ภาพที่ 2 : แผนที่ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์



• ภาพที่ 3 : การยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ (Academic Excellence)



ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างผลกระทบ (Research and Innovation for Impact)

ประเด็นยุทธศาสตร์นี้คือการพลิกโฉมกระบวนการด้านการศึกษาของมหาวิทยาลัย โดยเปลี่ยนจากการวิจัยที่มุ่งเน้นการผลิตผลงานเชิงปริมาณ (Activity-based) ไปสู่ การวิจัยที่มุ่งสร้างผลลัพธ์และผลกระทบที่จับต้องได้ (Outcome-based) เพื่อตอบสนองต่อวิสัยทัศน์ “มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น” อย่างแท้จริง ยุทธศาสตร์นี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขจุดอ่อนสำคัญด้านระบบบริหารจัดการงานวิจัยที่ยังขาดความคล่องตัวและกลไกการต่อยอดเชิงพาณิชย์ (W4) พร้อมทั้งใช้ประโยชน์จากนโยบายระดับชาติและเครือข่ายความร่วมมือ (O4 O5) เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการและสร้างคุณค่ากลับคืนสู่สังคมและเศรษฐกิจของจังหวัดกาฬสินธุ์

2.1 เป้าประสงค์ : สร้างผลงานวิจัยที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์และแก้ปัญหาเชิงพื้นที่ (Community Based Research)

เป้าหมายหลักคือการสร้าง ผลกระทบแบบสองทาง (Dual Impact) กล่าวคือ การสร้างนวัตกรรมที่สามารถนำไป ต่อยอดในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) เพื่อสร้างรายได้และความสามารถในการแข่งขัน และในขณะเดียวกันก็สามารถนำไป แก้ปัญหาเชิงพื้นที่ (Area-Based Problem Solving) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนได้อย่างยั่งยืน เป้าประสงค์นี้ตั้งอยู่บนกรอบแนวคิด “Glocal” (Global + Local) ที่เริ่มต้นจากความเข้าใจปัญหาและความต้องการของท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง (Local) จากนั้นจึงนำองค์ความรู้และมาตรฐานระดับสากล (Global) มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ

ดังนั้น ความสำเร็จของเป้าหมายนี้จะไม่วัดจากจำนวนบทความวิจัยที่ตีพิมพ์เพียงอย่างเดียว แต่จะวัดจากตัวชี้วัดเชิงผลลัพธ์ที่สำคัญ เช่น จำนวนสิทธิบัตรที่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากนวัตกรรม และระดับการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่เกิดขึ้นในชุมชนเป้าหมาย

2.1.1 กลยุทธ์ : กำหนดทิศทางการวิจัยมุ่งเป้าที่สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG และศักยภาพพื้นที่ เพื่อให้การใช้ทรัพยากรเกิดประสิทธิภาพสูงสุด มหาวิทยาลัยจะใช้หลักการ “การจัดลำดับความสำคัญอย่างเข้มข้น (Ruthless Prioritization)” โดยกำหนด กลุ่มวิจัยมุ่งเป้า (Research Niches) ที่ชัดเจน โดยอิงจากนโยบายระดับชาติและศักยภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ดังนี้

- **กลุ่มเกษตรและอาหารมูลค่าสูง (High-Value Agriculture and Food) :** สอดคล้องกับ โมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) ของประเทศ และศักยภาพของจังหวัดกาฬสินธุ์ ในการเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญ มหาวิทยาลัยจะมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) และนวัตกรรมอาหารแปรรูปอาหาร (Food Technology) เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิต ลดต้นทุน และสร้างความมั่นคงทางอาหาร
- **กลุ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (Creative and Cultural Economy) :** เพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นจุดแข็งของพื้นที่ โดยเฉพาะ “หมอลำ” และศิลปะการแสดงพื้นบ้าน มหาวิทยาลัย

จะส่งเสริมการวิจัยที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการเชิงวัฒนธรรม การพัฒนานวัตกรรม การจัดการท่องเที่ยวชุมชน และการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศ

- **กลุ่มสุขภาพและสุขภาวะชุมชน (Community Health and Wellness) :** เพื่อสนับสนุนการจัดตั้ง คณะพยาบาลศาสตร์ และตอบสนองต่อการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยจะมุ่งเน้นการวิจัยด้านการดูแลสุขภาพชุมชน เทคโนโลยีเพื่อสุขภาพ (Health Tech) และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่
- **กลุ่มการจัดการศึกษาเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ (Education Sandbox) :** เพื่อส่งเสริมการพัฒนา การศึกษาจังหวัดกาฬสินธุ์แบบองค์รวม แก้ปัญหาการศึกษาและยกระดับการศึกษาด้วยนวัตกรรมเชิงพื้นที่ การกำหนดทิศทางที่ชัดเจนนี้จะช่วยให้นักวิจัยสามารถทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มก้อน สร้างความเชี่ยวชาญ เฉพาะทาง และเพิ่มโอกาสในการได้รับทุนสนับสนุนจากแหล่งทุนภายนอกที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ

2.1.2 กลยุทธ์ : พัฒนาระบบนิเวศการวิจัยและส่งเสริมการตีพิมพ์ในระดับนานาชาติ

เพื่อแก้ไขจุดอ่อนด้านระบบบริหารจัดการงานวิจัยที่ยังขาดความคล่องตัว (W4) และเพื่อสร้าง สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ผลงานคุณภาพสูง มหาวิทยาลัยจะดำเนินการปฏิรูป ระบบนิเวศการวิจัย (Research Ecosystem) ให้มีประสิทธิภาพและเป็นสากลมากขึ้น ผ่านโครงการริเริ่มที่สำคัญ ได้แก่

- **การจัดตั้งศูนย์พัฒนาศักยภาพนักวิจัยสู่เวทีการตีพิมพ์ระดับนานาชาติ (Research Publication Excellence Center) :** จัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่สนับสนุนนักวิจัยอย่างครบวงจร ตั้งแต่การ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเขียนบทความวิจัย การออกแบบการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล การให้ คำปรึกษาแบบตัวต่อตัว (One-on-One Mentoring) ไปจนถึงการสนับสนุนงบประมาณสำหรับ ค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ในวารสารคุณภาพสูง
- **การปฏิรูปกระบวนการบริหารงานวิจัย :** ปรับปรุงกระบวนการภายในให้มีความรวดเร็วและโปร่งใส เช่น การขอทุนวิจัย การขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และการบริหารจัดการโครงการ เพื่อลดภาระงาน ธุรการและทำให้ นักวิจัยสามารถมุ่งเน้นที่การสร้างสรรคผลงานได้อย่างเต็มที่
- **การส่งเสริมการตีพิมพ์ในวารสารคุณภาพสูง :** ตั้งเป้าหมายที่ท้าทายในการเพิ่มจำนวนบทความวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus โดยเฉพาะกลุ่มคุณภาพสูง (Quartile 1-2) ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยยกระดับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย แต่ยังเป็นเครื่องยืนยันคุณภาพ ขององค์ความรู้ที่สร้างขึ้นตามมาตรฐานสากล

2.1.3 กลยุทธ์ : เร่งรัดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

เพื่อให้แน่ใจว่าผลงานวิจัยจะถูกนำไปสร้างผลกระทบได้จริง มหาวิทยาลัยจะพัฒนากลไกในการเร่งรัดการ นำองค์ความรู้ไปสู่การใช้ประโยชน์ ทั้งในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคมอย่างเป็นระบบ ดังนี้

- **การจัดตั้งศูนย์สนับสนุนการจดสิทธิบัตรและทรัพย์สินทางปัญญา (IP Support Center) :** จัดตั้ง หน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและสนับสนุนนักวิจัยในการยื่นขอความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property: IP) ทั้งในรูปแบบสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร พร้อมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์ม ออนไลน์เพื่อเผยแพร่ผลงานและจัดกิจกรรม “จับคู่ทางธุรกิจ (IP Matching)” ระหว่างนักวิจัยและ ผู้ประกอบการ

- การสร้างความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมและชุมชน (University-industry-community Collaboration): จัดตั้ง “ศูนย์เชื่อมโยงการวิจัยกับอุตสาหกรรมและนวัตกรรม (University-industry Liaison Center)” เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการสร้างเครือข่าย สำรวจความต้องการของภาคอุตสาหกรรม และสนับสนุนการทำวิจัยร่วมในรูปแบบ Matching Fund เพื่อให้โจทย์วิจัยมาจากความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์จริง และเพิ่มโอกาสในการนำผลงานไปต่อยอดสู่การผลิตในเชิงพาณิชย์
- การพัฒนานวัตกรรมต้นแบบและการถ่ายทอดเทคโนโลยี : ส่งเสริมการพัฒนาผลงานวิจัยไปสู่ผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมต้นแบบ (Prototype) ที่มีความพร้อมใช้ในระดับสูง (High TRL/SRL) และสร้างกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ผ่านโครงการบริการวิชาการและการจัดตั้งหน่วยธุรกิจของมหาวิทยาลัย ซึ่งจะเชื่อมโยงโดยตรงกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3

กลยุทธ์ทั้งหมดนี้จะถูกขับเคลื่อนผ่าน **แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map)** ดังที่แสดงใน **ภาพที่ 2** ซึ่งแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาระบบนิเวศภายใน (มุมมองการเรียนรู้และพัฒนา) การปรับปรุงกระบวนการวิจัย (มุมมองกระบวนการภายใน) และการสร้างผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคม (มุมมองลูกค้าและการเงิน) อย่างเป็นระบบ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 บริการวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่า (Academic Services for Value Creation)

ประเด็นยุทธศาสตร์นี้คือการปรับเปลี่ยนบทบาทของมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์อย่างมีนัยสำคัญ จากการเป็นผู้ให้บริการวิชาการเชิงรับ (Passive) ไปสู่การเป็น “ผู้ร่วมสร้างคุณค่า (Co-creator)” เชิงรุก โดยมีเป้าหมายเพื่อต่อยอดสถานะการเป็น “สถาบันหลักของท้องถิ่น (Anchor Institution)” ที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดกาฬสินธุ์อย่างแท้จริง ยุทธศาสตร์นี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขจุดอ่อนสำคัญด้านการบริหารจัดการรายได้ที่ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (W5) และเพื่อสร้างกลไกที่ยั่งยืนในการนำองค์ความรู้และนวัตกรรมที่เกิดจากประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ไปสร้างผลกระทบที่จับต้องได้ทั้งในมิติเศรษฐกิจและสังคม (Social & Commercial)

3.1 เป้าประสงค์ : ยกระดับบริการวิชาการเชิงรุกและสร้างหน่วยธุรกิจที่สร้างรายได้ให้มหาวิทยาลัย

เป้าหมายหลักคือการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ในการนำความเชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยออกสู่สังคม โดยไม่จำกัดอยู่แค่การจัดอบรมหรือโครงการตามวาระ แต่เป็นการสร้าง ระบบนิเวศบริการวิชาการ (Academic Service Ecosystem) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างทันทั่วทั้งที่ และในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างกระแสรายได้กลับคืนสู่มหาวิทยาลัยเพื่อหล่อเลี้ยงการพัฒนาในระยะยาว เป้าประสงค์นี้มุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการพึ่งพาตนเองทางการเงิน ลดการพึ่งพางบประมาณแผ่นดิน และพิสูจน์ให้เห็นว่าองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรม

3.1.1 กลยุทธ์ : พัฒนารูปแบบบริการวิชาการที่ตอบโจทย์การพัฒนาจังหวัดและสร้างผลกระทบทางสังคม (SROI)

เพื่อเปลี่ยนผ่านสู่การบริการวิชาการเชิงรุก มหาวิทยาลัยจะพัฒนารูปแบบการทำงานที่เริ่มต้นจาก “โจทย์จริง” ของพื้นที่ โดยมีแนวทางดำเนินงานที่ชัดเจนและเป็นระบบ ดังนี้

- **การจัดตั้งหน่วยงานกลางเชิงรุก :** จัดตั้ง “สำนักงานความร่วมมือและพัฒนาชุมชน (Community Partnership Office)” ทำหน้าที่เป็นหน่วยสืบหาและวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Assessment) ของชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างเป็นระบบ โดยจะทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดเพื่อเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาจังหวัดกาฬสินธุ์ และระบุประเด็นปัญหาเร่งด่วนที่มหาวิทยาลัยสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ไขได้
- **กระบวนการทำงานร่วมกับชุมชน (Co-Creation Process) :** นำแนวทางการทำงานแบบมีส่วนร่วมมาใช้ ตั้งแต่การร่วมกันตั้งโจทย์เชิงพื้นที่ (Co-Problem Framing) และการออกแบบแนวทางการแก้ปัญหาร่วมกัน (Co-Design) เพื่อให้แน่ใจว่าโครงการบริการวิชาการที่เกิดขึ้นจะตรงกับความต้องการที่แท้จริงและได้รับการยอมรับจากชุมชน
- **การวัดผลกระทบทางสังคม (Social Return on Investment - SROI) :** นำกรอบการประเมินผลกระทบทางสังคม (SROI) มาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการวัดความสำเร็จของโครงการบริการวิชาการ ซึ่งจะทำให้มหาวิทยาลัยสามารถประเมินคุณค่าที่สร้างขึ้นได้มากกว่าแค่ตัวเลขผู้เข้าร่วม แต่สามารถสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกที่เกิดขึ้นในชุมชน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต และความเข้มแข็งของ

สังคม ซึ่งจะถูกวัดผลผ่านตัวชี้วัดสำคัญ เช่น KPI-O13: จำนวนสิ่งประดิษฐ์นวัตกรรม หรืองานสร้างสรรค์หรือองค์ความรู้ที่ได้รับการรับรองการใช้ประโยชน์จากชุมชน ท้องถิ่น

3.1.2 กลยุทธ์ : จัดตั้งและบ่มเพาะหน่วยธุรกิจวิชาการ (Academic Business Units) เชิงพาณิชย์
เพื่อแก้ไขจุดอ่อนด้านการสร้างรายได้ (W5) และสร้างความยั่งยืนทางการเงิน มหาวิทยาลัยจะดำเนิน “โครงการพัฒนาหน่วยบริการวิชาการเพื่อสร้างรายได้และยกระดับศักยภาพการบริการเชิงพาณิชย์ (Smart Academic Business Units Development Project)” อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีแนวทางดังนี้

- **การเปลี่ยนองค์ความรู้สู่รูปแบบธุรกิจ :** ผลักดันให้หน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางพัฒนาบริการของตนเองให้กลายเป็น **หน่วยธุรกิจ (Business Units)** ที่สามารถดำเนินงานและสร้างรายได้เลี้ยงตัวเองได้ โดยมหาวิทยาลัยจะทำหน้าที่เป็นผู้บ่มเพาะ (Incubator) ในระยะเริ่มต้น ทั้งในด้านการวางแผนธุรกิจ การตลาด และการบริหารจัดการ
- **ตัวอย่างหน่วยธุรกิจวิชาการที่มีศักยภาพ :** จากการวิเคราะห์ศักยภาพของมหาวิทยาลัย สามารถพัฒนาหน่วยธุรกิจในกลุ่มต่างๆ ได้แก่
 - **ศูนย์วิเคราะห์ทดสอบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร :** ต่อยอดจากความเชี่ยวชาญของคณะเทคโนโลยีการเกษตร เพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการ OTOP และ SMEs ในพื้นที่
 - **หน่วยให้คำปรึกษาและจัดการอีเวนต์ทางวัฒนธรรม :** ต่อยอดจากหลักสูตรดุริยางคศาสตร์ เพื่อให้บริการจัดงานแสดงทางวัฒนธรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
 - **ศูนย์ให้คำปรึกษาด้านการตลาดยุคดิจิทัล :** ต่อยอดจากคณะบริหารศาสตร์เพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ที่ต้องการเปลี่ยนผ่านสู่ธุรกิจออนไลน์
 - **หน่วยผลิตและจำหน่ายสินค้าทางวิชาการ :** พัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลงานวิจัย เช่น ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายลายพื้นเมือง งานหัตถกรรมเครื่องจักสาน และอาหารพื้นบ้าน เพื่อสร้างแบรนด์ของมหาวิทยาลัยและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่เป็นเครือข่าย
- **การวัดความสำเร็จเชิงพาณิชย์ :** ความสำเร็จของกลยุทธ์นี้จะถูกวัดผลอย่างชัดเจนผ่าน KPI-O15: ร้อยละรายได้ที่มหาวิทยาลัยได้รับจากการดำเนินงานด้านบริการวิชาการผ่านหน่วยธุรกิจ (Business Units) เพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการแปลงสินทรัพย์ทางปัญญา (Intellectual Assets) ให้กลายเป็นรายได้ที่จับต้องได้

กลยุทธ์ทั้งหมดภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 นี้ จะถูกบูรณาการเข้ากับพันธกิจอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริการวิชาการที่เข้มแข็งไม่เพียงแต่จะสร้างผลกระทบต่อสังคม (มุมมองลูกค้า) และสร้างความยั่งยืนทางการเงิน (มุมมองการเงิน) แต่ยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยยกระดับการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากร (มุมมองการเรียนรู้และเติบโต) ของมหาวิทยาลัยไปพร้อมกัน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรม (Arts and Culture Enhancement)

ประเด็นยุทธศาสตร์นี้ไม่ได้เป็นเพียงพันธกิจเสริม แต่คือ **เสาหลักที่สร้างความแตกต่างและจิตวิญญาณ (Soul)** ให้กับมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์อย่างแท้จริง ในยุคที่สถาบันอุดมศึกษาต้องแข่งขันกันด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี การหยั่งรากลึกในทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คือการสร้างรายได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ลอกเลียนแบบได้ยากที่สุด ยุทธศาสตร์นี้จึงเป็นการตอบสนองต่อโอกาสจากกระแส **Soft Power** และ **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) (O3)** โดยเปลี่ยนสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Assets) ให้กลายเป็นคุณค่าที่จับต้องได้ทั้งในมิติของสังคม เศรษฐกิจ และการสร้างแบรนด์ให้แก่มหาวิทยาลัยและจังหวัดกาฬสินธุ์

4.1 เป้าประสงค์ : อนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และ Soft Power

เป้าประสงค์หลักคือการดำเนินงานใน 3 ระดับที่เชื่อมโยงกันอย่างสมบูรณ์ ได้แก่

1. **การอนุรักษ์ (Preservation)** : การปกป้องและบันทึกองค์ความรู้ดั้งเดิมของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะ “หมอลำ” และดนตรีพื้นบ้านอีสาน ผ้าทอ อาหาร ให้คงอยู่และไม่สูญหายไปตามกาลเวลา ผ่านการทำงานร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านและชุมชนอย่างใกล้ชิด
2. **การสืบสาน (Continuation)** : การสร้างกลไกในการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมไปสู่คนรุ่นใหม่อย่างเป็นระบบ ผ่านกระบวนการทางการศึกษาที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้แน่ใจว่าองค์ความรู้เหล่านี้จะได้รับการสืบทอดอย่างถูกต้องและมีชีวิตชีวาต่อไป
3. **การต่อยอด (Value Creation)** : การนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์และพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสอดคล้องโดยตรงกับนโยบาย **Soft Power** ของประเทศ และแนวโน้มการเติบโตของ **เศรษฐกิจสร้างสรรค์** ในระดับโลก ที่สร้างรายได้มหาศาลและเป็นอุตสาหกรรมแห่งอนาคต

เป้าประสงค์นี้จึงเป็นการเปลี่ยนบทบาทของมหาวิทยาลัยจากการเป็นเพียง “ผู้พิทักษ์” วัฒนธรรม ไปสู่การเป็น “ผู้ขับเคลื่อน” ที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น

4.1.1 กลยุทธ์ : บูรณาการศิลปวัฒนธรรมกับการเรียนการสอนและการวิจัย

เพื่อให้การอนุรักษ์และสืบสานเกิดขึ้นอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยจะยกระดับองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นศาสตร์ที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ไม่ใช่เป็นเพียงกิจกรรมเสริมหลักสูตร โดยมีแนวทางดำเนินงานที่สำคัญคือ

- **การพัฒนาหลักสูตรดุริยางคศาสตร์แบบครบวงจร** : มหาวิทยาลัยจะผลักดัน **โครงการพัฒนาหลักสูตรดุริยางคศาสตร์** โดยเน้นที่ “ดนตรีสากลและดนตรีพื้นบ้านอีสาน และธุรกิจดนตรีเป็นแกนหลัก ซึ่งถือเป็นหลักสูตรเรือธง (Flagship Program) ที่สร้างความแตกต่างให้แก่มหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน นอกจากนี้

จะมีการต่อยอดสู่ ระดับปริญญาโทและเอก ในสาขามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างบุคลากรระดับสูง ทั้งนักวิชาการ นักวิจัย และผู้ประกอบการวัฒนธรรม ที่สามารถขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศได้อย่างมีทิศทาง

- **การสร้างองค์ความรู้ใหม่ผ่านการวิจัย:** การจัดตั้งหลักสูตรเหล่านี้จะกระตุ้นให้เกิดการวิจัยทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ เปลี่ยนองค์ความรู้ที่เคยอยู่ในรูปแบบมุขปาฐะ (Oral Tradition) ให้กลายเป็นองค์ความรู้ที่ถูกบันทึก วิเคราะห์ และสังเคราะห์ตามหลักวิชาการ ซึ่งจะนำไปสู่การตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับชาติและนานาชาติ และเป็นการสร้างคลังความรู้ (Knowledge Bank) ที่สำคัญของภูมิภาค
- **การเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง:** หลักสูตรจะถูกออกแบบให้เป็นการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning) โดยนักศึกษาจะได้เรียนรู้โดยตรงจาก **ครูภูมิปัญญาด้านศิลปะการแสดง และดนตรี** และทำงานร่วมกับเครือข่ายศิลปินในพื้นที่ เช่น **สมาคมหมอลำจังหวัดกาฬสินธุ์ และ วงดนตรีศิลปินภูไท** ซึ่งเป็นการสร้าง “ห้องเรียนที่มีชีวิต” ที่เชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีในมหาวิทยาลัยกับการปฏิบัติจริงในชุมชน

4.1.2 กลยุทธ์: สร้างความร่วมมือกับชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงวัฒนธรรม

เพื่อขับเคลื่อนการ “ต่อยอด” ทูทางวัฒนธรรมให้เกิดผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคม มหาวิทยาลัยจะทำงานในฐานะ “หุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา (Development Partner)” ร่วมกับชุมชนและภาคส่วนต่างๆ โดยมีแนวทางดังนี้

- **การทำงานแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน (Community Engagement):** สร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็งกับชุมชนและหน่วยงานภายนอก เพื่อร่วมกันพัฒนาและจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยเผยแพร่วัฒนธรรม แต่ยังสร้างความผูกพันและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน
- **การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงวัฒนธรรม:** มหาวิทยาลัยจะนำองค์ความรู้ด้านการออกแบบการตลาด และการจัดการ มาช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของชุมชนให้มีมาตรฐาน และเป็นที่ต้องการของตลาดในวงกว้าง ตัวอย่างเช่น การพัฒนา **ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Products)** ได้แก่ ผ้าฝ้ายลายพื้นเมือง งานหัตถกรรมเครื่องจักสาน และอาหารพื้นบ้าน ให้มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีเรื่องราว (Storytelling) และมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทันสมัย
- **การเชื่อมโยงสู่หน่วยธุรกิจวิชาการ (Linkage to Business Units):** ผลิตภัณฑ์และบริการที่พัฒนาขึ้นจะถูกนำไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์ผ่านกลไก **หน่วยธุรกิจวิชาการ (Academic Business Units)** ของมหาวิทยาลัย ซึ่งเชื่อมโยงโดยตรงกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เช่น การจัดตั้งหน่วยให้คำปรึกษาและจัดการอีเวนต์ทางวัฒนธรรม หรือหน่วยผลิตและจำหน่ายสินค้าทางวิชาการ ซึ่งจะช่วยสร้างรายได้กลับคืนสู่ชุมชนและมหาวิทยาลัยอย่างยั่งยืน

ความสำเร็จของยุทธศาสตร์นี้จะถูกวัดผลอย่างเป็นรูปธรรมผ่าน **KPI-S6: จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการเชิงวัฒนธรรมที่เกิดจากการต่อยอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นโดยมหาวิทยาลัย ที่สามารถสร้างคุณค่าหรือมูลค่าในระดับประเทศหรือนานาชาติ** ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถของมหาวิทยาลัยในการเปลี่ยนมรดกทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินทรัพย์ทางเศรษฐกิจที่สร้างความภาคภูมิใจและความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 บริหารจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน (Excellence and Sustainable Management)

ประเด็นยุทธศาสตร์นี้เปรียบเสมือน “ฐานรากและเครื่องยนต์ (Foundation and Engine)” ที่จะขับเคลื่อนให้ประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ด้านแรกสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างแท้จริง การเป็น “มหาวิทยาลัย เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น” ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลนั้น ไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากปราศจากระบบบริหารจัดการภายในที่เข้มแข็ง บุคลากรที่มีสมรรถนะสูง และแบรนด์องค์กรที่น่าเชื่อถือ ยุทธศาสตร์นี้จึงมุ่งเน้นการสร้าง “องค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization)” ที่มีความคล่องตัว (Agility) พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง มีวัฒนธรรมคุณภาพที่ฝังลึก และสามารถสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มได้อย่างยั่งยืน

5.1 เป้าประสงค์: พัฒนาองค์กรสู่มาตรฐานสากล (EdPEX) และสร้างวัฒนธรรมคุณภาพ

เป้าหมายคือการยกระดับมหาวิทยาลัยจากการทำงานตามมาตรฐานขั้นต่ำ ไปสู่การสร้าง “วัฒนธรรมคุณภาพ (Quality Culture)” ที่ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยใช้กรอบการประเมินที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลเป็นเครื่องมือแนวทาง เพื่อให้มั่นใจว่าทุกกระบวนการทำงานของมหาวิทยาลัยมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) และประสิทธิภาพ (Efficiency) สูงสุด

5.1.1 กลยุทธ์: ยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการองค์กรตามแนวทาง EdPEX สู่เป้าหมาย 300 คะแนน

เพื่อให้การพัฒนามีทิศทางที่ชัดเจนและเป็นระบบ มหาวิทยาลัยจะนำเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (Education Criteria for Performance Excellence: EdPEX) มาใช้เป็นกรอบในการขับเคลื่อน โดยตั้งเป้าหมายที่ท้าทายในการบรรลุ คะแนนประเมินที่มากกว่า 300 คะแนน ภายในปี พ.ศ. 2573 ซึ่งจะดำเนินการผ่าน โครงการพัฒนาระบบประกันคุณภาพและการบริหารจัดการตามเกณฑ์ EdPEX (EdPEX Excellence Implementation Program) โดยมีแผนปฏิบัติการดังนี้

• ต้นน้ำ (วางแผนและเตรียมการ):

- จัดตั้งคณะทำงานขับเคลื่อน EdPEX: แต่งตั้งคณะทำงานระดับมหาวิทยาลัยและระดับหน่วยงานย่อย เพื่อเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน
- วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis): ประเมินสถานะปัจจุบันของมหาวิทยาลัยเทียบกับเกณฑ์ EdPEX ทั้ง 7 หมวด เพื่อระบุจุดแข็งและโอกาสในการปรับปรุงอย่างเป็นระบบ
- จัดทำแผนแม่บท EdPEX: วางแผนการพัฒนารายหมวด โดยกำหนดโครงการริเริ่ม (Initiatives) ผู้รับผิดชอบ และกรอบเวลาที่ชัดเจน

• กลางน้ำ (ดำเนินการและพัฒนา):

- พัฒนาบุคลากร: จัดอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างเข้มข้นให้แก่บุคลากรทุกระดับ เพื่อสร้างความเข้าใจในแนวคิดและเกณฑ์ EdPEX ตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงผู้ปฏิบัติงาน

- พัฒนาระบบการที่เป็นระบบ (Systematic Process): นำแนวคิด ADLI (Approach Deployment Learning Integration) มาปรับปรุงกระบวนการทำงานหลักให้เป็น “ระบบที่ทำซ้ำได้ วัดผลได้ และปรับปรุงได้” ไม่ใช่เป็นเพียงขั้นตอนที่ทำตามความเคยชิน
- จัดทำรายงานประเมินตนเอง (Self-Assessment Report): ส่งเสริมให้ทุกหน่วยงานจัดทำรายงานประเมินตนเองตามกรอบ EdPEx เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้และพัฒนาภายใน
- **ปลายน้ำ (ประเมินผลและต่อยอด):**
 - จัดลองการตรวจประเมิน (Mock Assessment): จัดให้มีการตรวจประเมินภายใน โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเตรียมความพร้อมและปรับปรุงก่อนการประเมินจริง
 - รับการประเมินจากภายนอก: ยื่นขอรับการประเมินจากหน่วยงานระดับชาติ เพื่อวัดระดับความสำเร็จและรับข้อเสนอแนะในการพัฒนาสู่ระดับที่สูงขึ้น
 - สร้างวงจรการเรียนรู้ (Learning Loop): นำผลป้อนกลับ (Feedback Report) จากการประเมินมาวิเคราะห์และจัดทำแผนปรับปรุงในรอบถัดไป สร้างวัฒนธรรมการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง

5.1.2 กลยุทธ์: ปฏิรูปสู่องค์กรดิจิทัลและพัฒนาระบบสารสนเทศอัจฉริยะ (Smart University)

เพื่อแก้ไขจุดอ่อนด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ยังไม่เสถียร (W1) และเพื่อสร้างเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data-Driven Decision Making) มหาวิทยาลัยจะดำเนินโครงการยกระดับระบบนิเวศการเรียนรู้และโครงสร้างพื้นฐานสู่มหาวิทยาลัยก้าวหน้าอัจฉริยะ (Smart-Green Learning Ecosystem Enhancement Project) โดยมีเป้าหมายปฏิรูปสู่องค์กรดิจิทัลใน 3 มิติหลัก

- **มิติด้านการบริหารจัดการ (Smart Administration):** พัฒนาและบูรณาการระบบสารสนเทศหลักของมหาวิทยาลัย (ERP HRIS FIS) ให้เป็นหนึ่งเดียว เพื่อลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และสร้าง Dashboard สำหรับผู้บริหาร เพื่อใช้ในการติดตามตัวชี้วัดและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้อย่างทันท่วงที
- **มิติด้านการเรียนการสอน (Smart Learning):** ยกระดับระบบจัดการเรียนรู้ (LMS) ให้ทันสมัย สร้างคลังสื่อการสอนดิจิทัล (Digital Content Library) และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี AI เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้แบบเฉพาะบุคคล (Personalized Learning)
- **มิติด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Smart Infrastructure):** พัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงให้ครอบคลุมและมีเสถียรภาพ สร้างระบบความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cybersecurity) ที่แข็งแกร่ง และพัฒนาพื้นที่การเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ (Creative Learning Space) ที่เพียบพร้อมด้วยเทคโนโลยี

5.1.3 กลยุทธ์: บริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส (ITA)

เพื่อให้มหาวิทยาลัยเป็นองค์กรที่ได้รับความไว้วางใจจากสังคม จะมีการขับเคลื่อนการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลอย่างจริงจัง ผ่าน โครงการพัฒนาและประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA University Model) โดยมีเป้าหมายรักษาระดับคะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) ให้อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง โดยจะเน้นการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน สร้างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างที่โปร่งใส และส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานที่ปลอดจากการทุจริตและผลประโยชน์ทับซ้อน

5.2 เป้าประสงค์: พัฒนาสมรรถนะและสร้างความผูกพันของบุคลากร (Human Capital Development)

บุคลากรคือหัวใจของการขับเคลื่อนองค์กร เป้าประสงค์นี้จึงมุ่งเน้นการลงทุนใน “ทุนมนุษย์” เพื่อแก้ไขจุดอ่อนด้านทักษะที่ยังไม่ทันสมัย (W3) และสร้างสภาพแวดล้อมที่ทำให้บุคลากรทุกระดับรู้สึกมีคุณค่า มีความผูกพัน และพร้อมที่จะทุ่มเทเพื่อบรรลุเป้าหมายของมหาวิทยาลัยร่วมกัน

5.2.1 กลยุทธ์ : จัดทำแผนพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากรเชิงระบบ (Competency-based Development)

มหาวิทยาลัยจะเปลี่ยนจากการจัดอบรมตามวาระ ไปสู่การพัฒนาบุคลากรเชิงกลยุทธ์และเป็นระบบ ผ่านโครงการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรเชิงระบบและยั่งยืน (Strategic HR Development Program) โดยมีกระบวนการดังนี้

- **กำหนดกรอบสมรรถนะ (Competency Framework):** จัดทำกรอบสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับบุคลากรแต่ละสายงาน โดยเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย (เช่น สมรรถนะด้านดิจิทัล สมรรถนะด้านการสอนแบบ OBE สมรรถนะด้านการวิจัยเพื่อชุมชน)
- **ประเมินและจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP):** ประเมินสมรรถนะของบุคลากรเทียบกับกรอบที่กำหนด เพื่อวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) และร่วมกับหัวหน้างานจัดทำ **แผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan - IDP)**
- **พัฒนาด้วยวิธีการที่หลากหลาย:** จัดโปรแกรมการพัฒนาที่หลากหลายเพื่อตอบโจทย์ IDP ของแต่ละบุคคล ทั้งการเสริมทักษะเดิม (Upskill) การปรับเปลี่ยนทักษะ (Reskill) และการสร้างทักษะใหม่ (New Skill) ผ่านการอบรม การศึกษาดูงาน ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และการเรียนรู้ออนไลน์
- **เชื่อมโยงสู่ความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path):** สร้างเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ชัดเจน และเชื่อมโยงผลการพัฒนาสมรรถนะเข้ากับการประเมินผลงานและการพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง เพื่อสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

5.2.2 กลยุทธ์ : สร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้และสร้างนวัตกรรม

นอกจากการพัฒนาทักษะแล้ว การสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสมเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยจะมุ่งเน้น

- **การสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization):** ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามสายงาน ผ่านกิจกรรมชุมชนนักปฏิบัติ และการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ (Knowledge Management - KM) ที่เข้าถึงง่าย
- **การส่งเสริมสุขภาวะและความผูกพัน:** พัฒนาระบบสวัสดิการและกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาวะที่ดีของบุคลากร (Well-being) และจัดให้มีการสำรวจความผูกพันของบุคลากร (Employee Engagement Survey) อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

5.3 เป้าประสงค์: สร้างแบรนด์และสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Branding and Stakeholder Engagement)

เป้าหมายนี้คือการแก้ไขความท้าทายด้านการลดลงของจำนวนผู้สมัครเข้าศึกษา และการสร้างภาพลักษณ์ที่ยังไม่ชัดเจน โดยจะเปลี่ยนจากการประชาสัมพันธ์เชิงรับ ไปสู่การบริหารจัดการแบรนด์และการสร้างความสัมพันธ์เชิงรุกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ตั้งแต่ผู้ที่กำลังจะเข้ามา (นักเรียน) ผู้ที่อยู่กับเรา (นักศึกษาปัจจุบัน) และผู้ที่จบไปแล้ว (ศิษย์เก่า)

5.3.1 กลยุทธ์: การตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดผู้เรียนในอนาคต (Prospective Students)

มหาวิทยาลัยจะดำเนิน โครงการ “KSU Rebranding & Strategic Communication” เพื่อปรับภาพลักษณ์องค์กรให้ทันสมัยและน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยมีแผนปฏิบัติการคือ:

- **กำหนดอัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity):** สร้างเรื่องราวและจุดขายที่ชัดเจนของมหาวิทยาลัย โดยชูหลักสูตรเรือธง (Flagship Programs) และความสำเร็จในการเป็น “มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”
- **การตลาดดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล:** ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ (Social Media SEO Content Marketing) อย่างมีประสิทธิภาพ
- **สร้างเครือข่ายกับโรงเรียนมัธยม:** ดำเนิน โครงการบูรณาการแนะแนวการศึกษาเชิงกลยุทธ์ โดยสร้างความร่วมมือที่เข้มแข็งกับโรงเรียนในพื้นที่ ผ่านกิจกรรมค่ายวิชาการ Open House และการทำ MOU เพื่อสร้างความผูกพันในระยะเริ่มต้น

5.3.2 กลยุทธ์: สร้างประสบการณ์และความผูกพันสำหรับนักศึกษาปัจจุบัน (Current Students)

นักศึกษาปัจจุบันคือแบรนด์แอมบาสเดอร์ที่ดีที่สุดของมหาวิทยาลัย กลยุทธ์นี้จึงมุ่งเน้นการสร้าง “ประสบการณ์นักศึกษา (Student Experience)” ที่ยอดเยี่ยม เพื่อเพิ่มอัตราการคงอยู่ (Retention Rate) และสร้างความภาคภูมิใจในสถาบัน โดยดำเนินการดังนี้

- **พัฒนาระบบดูแลและให้คำปรึกษา:** สร้างระบบอาจารย์ที่ปรึกษาที่เข้มแข็ง และจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาครบวงจร (One-Stop Service)
- **ส่งเสริมกิจกรรมเสริมหลักสูตร:** สนับสนุนกิจกรรมนักศึกษาที่หลากหลาย ทั้งด้านวิชาการ กีฬา ศิลปวัฒนธรรม และการบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อพัฒนาทักษะรอบด้านและสร้างความผูกพันกับเพื่อนและสถาบัน
- **สร้างช่องทางการรับฟังเสียงนักศึกษา:** จัดตั้งช่องทางที่นักศึกษาสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะได้อย่างสะดวก และนำข้อมูลเหล่านั้นมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างจริงจัง

5.3.3 กลยุทธ์: สร้างเครือข่ายและความภักดีของศิษย์เก่า (Alumni Loyalty and Engagement)

ศิษย์เก่าคือเครือข่ายและทรัพยากรที่ทรงคุณค่าของมหาวิทยาลัย กลยุทธ์นี้จะเปลี่ยนจากการติดต่อศิษย์เก่าเป็นครั้งคราว ไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง (Mutually Beneficial) โดยมีกิจกรรม

- **จัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่าสัมพันธ์:** พัฒนาแพลตฟอร์มกลางเพื่อเป็นศูนย์รวมข้อมูลและช่องทางการสื่อสารกับศิษย์เก่า
- **สร้างคุณค่าให้แก่ศิษย์เก่า:** จัดกิจกรรมที่ตอบโจทย์ศิษย์เก่า เช่น การจัดอบรมหลักสูตร Upskill/Reskill กิจกรรม Networking และการมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ
- **ดึงศิษย์เก่ากลับมามีส่วนร่วม:** เชิญศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จกลับมาเป็นวิทยากรพิเศษ เป็นพี่เลี้ยง (Mentor) ให้นักศึกษาปัจจุบัน หรือเป็นเครือข่ายในการรับนักศึกษาเข้าฝึกงานและทำงาน ซึ่งจะสร้างวงจรแห่งความสำเร็จที่ยั่งยืนให้กับมหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3: กรอบการขับเคลื่อน การติดตาม และประเมินผล

กรอบการขับเคลื่อน การติดตาม และประเมินผล

ส่วนนี้คือหัวใจสำคัญที่จะทำให้แผนยุทธศาสตร์ไม่เป็นเพียงเอกสารที่สวยงาม แต่เป็น “**แผนที่มีชีวิต (Living Plan)**” ที่สามารถขับเคลื่อนองค์กรไปข้างหน้าได้อย่างแท้จริง การจะก้าวข้าม “ช่องว่างระหว่างกลยุทธ์และการปฏิบัติ (Strategy-execution Gap)” ซึ่งเป็นความเสี่ยงสำคัญของมหาวิทยาลัย จำเป็นต้องมีกรอบการดำเนินงานที่ชัดเจนและเป็นระบบ ตั้งแต่การแปลงแผนสู่การปฏิบัติ การวัดผลที่สะท้อนความสำเร็จ ไปจนถึงกลไกการทบทวนและเรียนรู้เพื่อการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง

3.1 การขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ: จากยุทธศาสตร์สู่แผนปฏิบัติการรายปี

การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี จะถูกทำให้เป็นรูปธรรมผ่าน **แผนปฏิบัติการประจำปี (Annual Action Plan)** ซึ่งทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างเป้าหมายระยะยาวกับกิจกรรมที่ต้องลงมือทำในแต่ละปี โดยมีลำดับขั้นการแปลงกลยุทธ์สู่การปฏิบัติที่ชัดเจน ดังนี้

1. **วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives):** คือเป้าหมายหลัก 3-5 ปี ที่กำหนดไว้ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ เช่น “การเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมการเรียนรู้ดิจิทัลในภูมิภาค”
2. **โครงการริเริ่มเชิงกลยุทธ์ (Strategic Initiatives):** คือกลุ่มของโครงการขนาดใหญ่ที่ถูกออกแบบมาเพื่อขับเคลื่อนวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์แต่ละข้อให้เป็นจริง เช่น “โครงการปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้”
3. **โครงการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Projects):** คือโครงการย่อยที่มีเป้าหมาย ขอบเขต และงบประมาณที่ชัดเจน ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นโครงการริเริ่มหนึ่งๆ เช่น “โครงการจัดตั้งระบบ Learning Management System (LMS) รุ่นใหม่”
4. **งานประจำวัน (Routine Works):** คือกิจกรรมและภาระงานปกติที่ต้องทำเพื่อสนับสนุนให้โครงการต่างๆ ดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

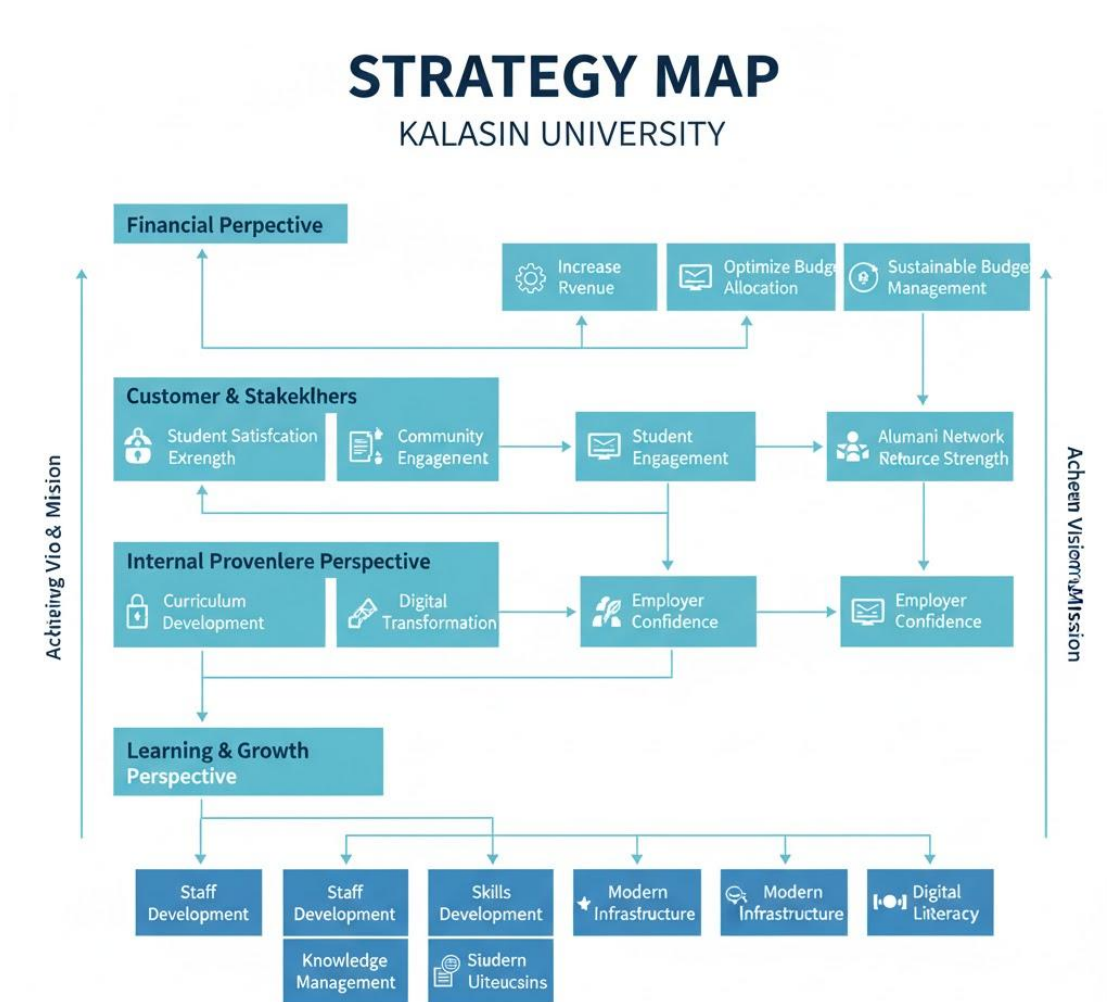
โดยมหาวิทยาลัยจะใช้หลักการ “**การจัดสรรงบประมาณเชิงกลยุทธ์ (Strategic Budgeting)**” เพื่อให้มั่นใจว่าทรัพยากรจะถูกทุ่มเทไปยังส่วนที่สร้างการเปลี่ยนแปลงได้จริง โดยแบ่งงบประมาณออกเป็น 2 ส่วนหลัก

- **งบเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Change the University):** งบประมาณส่วนใหญ่ (ประมาณ 70-80%) จะถูกจัดสรรให้กับ **โครงการเรือธง (Flagship Projects)** และโครงการริเริ่มเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตและสร้างอนาคตใหม่ให้แก่มหาวิทยาลัย
- **งบเพื่อดำเนินงาน (Run the University):** งบประมาณส่วนที่เหลือ (ประมาณ 20-30%) จะใช้เพื่อดูแลการดำเนินงานในปัจจุบันให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นรากฐานที่จำเป็นสำหรับการเปลี่ยนแปลงทั้งหมด

3.2 กรอบการวัดผลสัมฤทธิ์ด้วย Balanced Scorecard (BSC) และแนวทางการกำหนดแผนที่ยุทธศาสตร์

เพื่อปฏิรูปกรอบตัวชี้วัดอย่างสิ้นเชิงจากการเน้นกิจกรรม (Activity-based) ไปสู่การเน้นผลลัพธ์และผลกระทบ (Outcome-based) มหาวิทยาลัยจะนำกรอบการวัดผลแบบ **Balanced Scorecard (BSC)** มาใช้

ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มองเห็นภาพความสำเร็จขององค์กรอย่างสมดุลใน 4 มุมมอง โดยทั้งหมดจะถูกแสดงความเชื่อมโยงเชิงเหตุและผลผ่าน ภาพที่ 4: แนวทางการกำหนดแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ดังนี้



• มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective): เป็นฐานรากของการพัฒนาทั้งหมด ตอบคำถามว่า “เราต้องพัฒนาคนและระบบอย่างไรเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์?”

ตัวอย่างตัวชี้วัด: ระดับสมรรถนะของบุคลากร (KPI-S7) ผลการประเมิน EdPEX (KPI-O18) ระดับความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (KPI-O19)

• มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective): ตอบคำถามว่า “เราต้องมีการะบวนการทำงานภายในที่เป็นเลิศในด้านใดบ้าง?”

ตัวอย่างตัวชี้วัด: ร้อยละของหลักสูตรที่ผ่านการประเมินคุณภาพ AUN-QA ร้อยละของผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติ/นานาชาติ (KPI-S3) ร้อยละนักศึกษาที่ออกปฏิบัติการ CWIE (KPI-O1)

• มุมมองด้านลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Customer/Stakeholder Perspective): ตอบคำถามว่า “เราจะสร้างคุณค่าอะไรให้แก่ผู้เรียน ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย?”

ตัวอย่างตัวชี้วัด: ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำ (KPI-S1) ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักศึกษา (KPI-S2) จำนวนผลิตภัณฑ์ที่สร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ/สังคม (KPI-S5)

• มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective): ตอบคำถามว่า “เราจะสร้างความยั่งยืนทางการเงินได้อย่างไร?”

ตัวอย่างตัวชี้วัด: ร้อยละรายได้ที่ได้รับจากหน่วยธุรกิจ (Business Units) (KPI-O15) จำนวนโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภายนอก (KPI-O14)

โดยรายละเอียดของตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายจะปรากฏใน ตารางที่ 5: ตาราง Balanced Scorecard (BSC) ของมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

ตารางที่ 5: ตาราง Balanced Scorecard (BSC) ของมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

ตารางนี้จัดกลุ่มเป้าประสงค์และตัวชี้วัดตาม 4 มุมมองของ Balanced Scorecard เพื่อให้เห็นภาพรวมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่สมดุล

มุมมอง (Perspective)	เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives)	ตัวชี้วัดหลัก (KPIs)
ด้านการเงิน (Financial)	สร้างความยั่งยืนทางการเงินและลดการพึ่งพางบประมาณแผ่นดิน	- KPI-O15: ร้อยละรายได้ที่ได้รับจากหน่วยธุรกิจ (Business Units) เพิ่มขึ้น - KPI-O14: จำนวนโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภายนอก
ด้านลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Customer/Stakeholder)	- ผลิตบัณฑิตสมรรถนะสูงที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน - เป็นสถาบันหลักในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน - สร้างแบรนด์องค์กรที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ	- KPI-S1: ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำ - KPI-S2: ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักศึกษา - KPI-S5: จำนวนผลิตภัณฑ์/องค์ความรู้ที่สร้างผลกระทบต่อชุมชน - KPI-S6: จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการเชิงวัฒนธรรมที่สร้างมูลค่า
ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process)	- มีหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่เป็นเลิศและได้มาตรฐานสากล - มีกระบวนการวิจัยและนวัตกรรมที่สร้างผลกระทบ - มีกระบวนการบริการวิชาการเชิงรุกที่ตอบโจทย์ท้องถิ่น	- KPI-O1: ร้อยละนักศึกษาที่ออกปฏิบัติการ CWIE - KPI-S3: ร้อยละผลงานวิจัยตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติ/นานาชาติ - KPI-S4: จำนวนผลงานวิจัยที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/พื้นที่/สังคม

มุมมอง (Perspective)	เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives)	ตัวชี้วัดหลัก (KPIs)
		KPI-O13: จำนวนองค์ความรู้ที่ชุมชนรับรองการใช้ประโยชน์
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning & Growth)	- พัฒนาองค์กรสู่มาตรฐานสากลและมีวัฒนธรรมคุณภาพ - พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะสูงและมีความผูกพันต่อองค์กร - ปฏิรูปสู่องค์กรดิจิทัลที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย	- KPI-O18: ผลการประเมิน EdPEX (ระดับสถาบัน) - KPI-O20: ผลการประเมิน ITA - KPI-S7: ระดับสมรรถนะของบุคลากร - KPI-O19: ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ

3.3 การกำหนดเป้าหมายและผลลัพธ์หลัก (Objectives and Key Results: OKRs)

นอกจากการใช้ BSC ในภาพใหญ่แล้ว ในระดับการปฏิบัติการ มหาวิทยาลัยจะนำกรอบการตั้งเป้าหมายแบบ Objectives and Key Results (OKRs) มาใช้เพื่อสร้างความมุ่งมั่น การจัดลำดับความสำคัญ และการทำงานที่สอดคล้องกันทั่วทั้งองค์กร โดย OKRs จะช่วยให้ทุกคนเห็นภาพชัดเจนว่าเป้าหมายที่ท้าทายคืออะไร (Objective) และจะวัดความสำเร็จนั้นได้อย่างไร (Key Results)

3.3.1 การออกแบบตัวชี้วัดนำและตัวชี้วัดตาม (Lead & Lag Indicators)

หัวใจสำคัญของการวัดผลที่มีประสิทธิภาพคือการแยกแยะและใช้ประโยชน์จากตัวชี้วัดทั้งสองประเภท

- **ตัวชี้วัดตาม (Lagging Indicators):** คือตัวชี้วัดที่สะท้อน “ผลลัพธ์สุดท้าย (Outcome)” ของการดำเนินงาน มักจะวัดได้เมื่อสิ้นสุดโครงการหรือสิ้นสุดรอบระยะเวลาไปแล้ว เปรียบเสมือนการมองกระจกหลังเพื่อดูว่าเรามาถึงไหนแล้ว

ตัวอย่าง: KPI-S1: ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำภายใน 1 ปี เป็น Lagging Indicator ที่ชัดเจน เพราะเราจะทราบผลก็ต่อเมื่อเวลาผ่านไปแล้ว 1 ปี

- **ตัวชี้วัดนำ (Leading Indicators):** คือตัวชี้วัดที่สะท้อน “กิจกรรมหรือปัจจัยขับเคลื่อน (Driver)” ที่เชื่อว่าจะนำไปสู่ความสำเร็จตามตัวชี้วัดตาม เป็นตัวชี้วัดที่เราสามารถติดตามและปรับปรุงได้ในระหว่างการดำเนินงาน เปรียบเสมือนการมองแผนที่นำทางเพื่อควบคุมทิศทาง

ตัวอย่าง: เพื่อให้บรรลุ Lagging Indicator “อัตราการได้งานทำ” มหาวิทยาลัยจะติดตาม Leading Indicators ที่สำคัญ เช่น

KPI-O1: ร้อยละนักศึกษาที่ออกปฏิบัติการ CWIE โดยได้รับคำตอบแทน

จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการ (KPI-O5)

จำนวนกิจกรรม Job Matching / Career Fair ที่จัดขึ้น

การใช้ตัวชี้วัดทั้งสองประเภทควบคู่กัน จะทำให้ผู้บริหารไม่เพียงแต่เห็นผลลัพธ์สุดท้าย แต่ยังสามารถบริหารจัดการปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จนั้นได้อย่างทันทั่วทั้งที่ (รายละเอียดปรากฏใน ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6: ตาราง Objectives and Key Results (OKRs) และการจำแนก Lead/Lag Indicators ระดับมหาวิทยาลัย

ตารางนี้แสดงตัวอย่างการนำกรอบ OKRs มาใช้ในระดับมหาวิทยาลัย โดยจำแนกตัวชี้วัดเป็นตัวชี้วัดนำ (Lead) ที่สามารถบริหารจัดการได้ และตัวชี้วัดตาม (Lag) ที่เป็นผลลัพธ์สุดท้าย

Objective (เป้าหมายหลัก)	Key Result (ผลลัพธ์หลัก / KPI)	ค่าเป้าหมาย (สิ้นสุดแผน พ.ศ. 2573)	ประเภทตัวชี้วัด (Lead/Lag)
ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	KPI-S1: ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระ ภายใน 1 ปี	90%	Lagging Indicator (ผลลัพธ์สุดท้าย)
	KPI-O1: ร้อยละนักศึกษาที่ออกปฏิบัติการ CWIE โดยได้รับค่าตอบแทน	50%	Leading Indicator (ปัจจัยขับเคลื่อนการดำเนินงานทำ)
	KPI-O5: ร้อยละของนักศึกษาที่ประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ	9%	Leading Indicator (ปัจจัยขับเคลื่อนการประกอบอาชีพอิสระ)
ขยายฐานผู้เรียนและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน	KPI-S2: ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักศึกษาทุกระดับ	90%	Lagging Indicator (ผลลัพธ์สุดท้าย)
	KPI-O6: จำนวนหลักสูตรเปิดใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการ	10 หลักสูตร	Leading Indicator (ปัจจัยขับเคลื่อนการดึงดูดนักศึกษา)
	KPI-O7: ร้อยละนักเรียนที่สมัครเข้าศึกษาต่อผ่านระบบ Lifelong Learning	35%	Leading Indicator (ปัจจัยขับเคลื่อนการขยายฐานผู้เรียน)
สร้างผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่สร้างผลกระทบ	KPI-S4: จำนวนผลงานวิจัยที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/พื้นที่/สังคม	45 ผลงาน	Lagging Indicator (ผลลัพธ์สุดท้าย)
	KPI-S3: ร้อยละผลงานวิจัยตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติ/นานาชาติ	55%	Leading Indicator (ปัจจัยขับเคลื่อนคุณภาพงานวิจัย)
	KPI-O11: จำนวนสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรที่ได้รับการจดทะเบียน	12 ฉบับ	Leading Indicator (ปัจจัยขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์)

Objective (เป้าหมายหลัก)	Key Result (ผลลัพธ์หลัก / KPI)	ค่าเป้าหมาย (สิ้นสุดแผน พ.ศ. 2573)	ประเภทตัวชี้วัด (Lead/Lag)
พัฒนาองค์กรสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน	KPI-O18: ผลการประเมิน EdPEx (ระดับสถาบัน)	300 คะแนน	Lagging Indicator (ผลลัพธ์สุดท้าย)
	KPI-S7: ระดับสมรรถนะของบุคลากร (สายวิชาการ: สนับสนุน)	ระดับ 2:2	Leading Indicator (ปัจจัยขับเคลื่อนคุณภาพองค์กร)
	KPI-O19: ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ	ระดับ 5	Leading Indicator (ปัจจัยขับเคลื่อนประสิทธิภาพองค์กร)

3.3.2 การถ่ายทอดตัวชี้วัด (KPIs/OKRs Cascade) สู่ระดับหน่วยงานและบุคคล

เพื่อให้ทุกคนในองค์กรเห็นว่าการดำเนินงานของตนเองมีความสำคัญและเชื่อมโยงกับเป้าหมายใหญ่ของมหาวิทยาลัย จะมีการนำกระบวนการถ่ายทอดเป้าหมาย (Cascading) จากระดับบนสุดลงสู่ระดับปฏิบัติการอย่างเป็นระบบ ดังตัวอย่าง

- ระดับมหาวิทยาลัย (University Level)

Objective: ยกกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ

Key Result: ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำภายใน 1 ปี บรรลุเป้าหมาย 90% ในปี 2573 (KPI-S1)

- ระดับคณะ (Faculty Level - เช่น คณะบริหารศาสตร์)

Objective: สร้างบัณฑิตที่เป็นที่ต้องการของภาคธุรกิจ

Key Result: เพิ่มจำนวนนักศึกษาที่ได้ฝึกงานในรูปแบบ CWIE กับบริษัทชั้นนำ 50%

- ระดับหน่วยงาน (Department Level - เช่น หน่วยสหกิจศึกษา)

Objective: สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการเชิงรุก

Key Result: ลงนาม MOU กับสถานประกอบการใหม่ 10 แห่งในไตรมาสนี้

- ระดับบุคคล (Individual Level - เช่น เจ้าหน้าที่ประสานงาน)

Objective: ติดต่อและสร้างความสัมพันธ์กับสถานประกอบการเป้าหมาย

Key Result: ติดต่อประสานงานกับ HR ของบริษัทเป้าหมาย 20 แห่ง และนัดหมายประชุมได้ 5 แห่งภายในเดือน

กระบวนการนี้จะทำให้เกิด “การเชื่อมโยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alignment)” ที่ทรงพลัง ทำให้บุคลากรทุกระดับเข้าใจบทบาทของตนเองและทำงานสอดคล้องกันเพื่อขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยไปสู่เป้าหมายเดียวกัน

ตารางที่ 7: แผนการรับนักศึกษาเชิงยุทธศาสตร์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569-2573)

ตารางนี้สรุปเป้าหมายการรับนักศึกษาใหม่รายปีในภาพรวมของมหาวิทยาลัย เพื่อขับเคลื่อนสู่เป้าหมายการมีนักศึกษาในระบบมากกว่า 15,005 คน ภายในปี พ.ศ. 2573

คณะ / หน่วยงาน	ระดับการศึกษา	2569	2570	2571	2572	2573	รวม 5 ปี
คณะบริหารศาสตร์	ปวส.	25	25	25	25	25	125
	ปริญญาตรี	295	295	295	295	295	1,475
	บัณฑิตศึกษา	30	40	40	40	25	175
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	ปวส.	90	90	90	90	90	450
	ปริญญาตรี	195	265	265	265	265	1,255
	บัณฑิตศึกษา	10	10	10	15	15	60
คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	ปวส.	90	90	90	90	90	450
	ปริญญาตรี	410	470	470	470	500	2,320
	บัณฑิตศึกษา	0	20	20	20	40	100
คณะศึกษาศาสตร์และนวัตกรรมการศึกษา	ปริญญาตรี	510	510	510	510	510	2,550
	บัณฑิตศึกษา	385	505	535	535	535	2,495
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสุขภาพ	ปริญญาตรี	240	270	210	210	210	1,140
	บัณฑิตศึกษา	55	55	55	75	75	315
คณะศิลปศาสตร์	ปริญญาตรี	240	270	270	270	270	1,320
	บัณฑิตศึกษา	75	75	75	75	75	375
คณะพยาบาลศาสตร์	ปริญญาตรี	-	100	100	100	100	400
รวมจำนวนรับนักศึกษาใหม่		2,620	3,060	3,080	3,105	3,140	15,005
อัตราการเติบโต (%)		-	+16.79%	+0.65%	+0.81%	+1.13%	

ตารางที่ 8: กรอบสมรรถนะหลักสำหรับบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน

ตารางนี้กำหนดกรอบสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับบุคลากร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและประเมินผลให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์และวัฒนธรรมองค์กร

ประเภทสมรรถนะ	ชื่อสมรรถนะ	คำนิยาม	กลุ่มบุคลากรเป้าหมาย
สมรรถนะหลัก (Core Competencies)	C - Collaboration (การทำงานอย่างมีส่วนร่วม)	ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นทั้งภายในและภายนอก เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน	ทุกคน
	H - High Performance (มุ่งผลสัมฤทธิ์สูง)	ความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีเลิศตามเป้าหมายที่ท้าทาย	ทุกคน
	A - Agility (ความคล่องตัวและพร้อมปรับตัว)	ความสามารถในการปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	ทุกคน
	N - Networking (การสร้างเครือข่าย)	ความสามารถในการสร้างและรักษาเครือข่ายความร่วมมือที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร	ทุกคน
	G - Good Governance (ธรรมาภิบาล)	ความยึดมั่นในความถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ในการปฏิบัติงาน	ทุกคน
	E - Excellence (มุ่งสู่ความเป็นเลิศ)	ความใฝ่รู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเป็นเลิศในงานที่รับผิดชอบ	ทุกคน
สมรรถนะเชิงหน้าที่ (Functional Competencies)	การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning Management)	ความสามารถในการออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและส่งเสริมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์	สายวิชาการ
	การวิจัยเพื่อสร้างผลกระทบ (Impactful Research)	ความสามารถในการดำเนินการวิจัยที่ตอบโจทย์การพัฒนาท้องถิ่นและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง	สายวิชาการ

	การบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence)	ความสามารถในการให้บริการแก่ ผู้รับบริการ (นักศึกษา บุคลากร ชุมชน) ด้วยความใส่ใจ รวดเร็ว และ ถูกต้อง	สาย สนับสนุน
	ความเชี่ยวชาญด้าน ดิจิทัล (Digital Proficiency)	ความสามารถในการใช้เครื่องมือและ เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	สาย สนับสนุน

ตารางที่ 9: สรุปกรอบงบประมาณเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการเปลี่ยนแปลงและการดำเนินงาน (Change vs. Run the University)

ตารางนี้แสดงแนวทางการจัดสรรงบประมาณเชิงกลยุทธ์ โดยแบ่งงบประมาณออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ งบเพื่อการลงทุนในอนาคต (Change) และงบเพื่อการดำเนินงานในปัจจุบัน (Run)

ประเภท งบประมาณ	โครงการ / รายการหลัก	วัตถุประสงค์	ประมาณการ สัดส่วน งบประมาณ 5 ปี
งบเพื่อการ เปลี่ยนแปลง (Change the University)	โครงการเรือธง (Flagship Projects) - โครงการจัดตั้งคณะพยาบาลศาสตร์ - โครงการจัดตั้งโรงเรียนสาธิต - โครงการจัดตั้งหลักสูตรดุริยางคศาสตร์ โครงการริเริ่มเชิงยุทธศาสตร์ - โครงการปฏิรูปสู่องค์กรดิจิทัล (Smart University) - โครงการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้สู่สมรรถนะสูง - โครงการ Rebranding และการตลาดเชิงรุก	- สร้างการเติบโตและขีดความสามารถใหม่ - พลิกโฉมองค์กรสู่ความเป็นเลิศ - ลงทุนเพื่อสร้างอนาคตที่ยั่งยืน	~70%
งบเพื่อการ ดำเนินงาน (Run the University)	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานประจำ - เงินเดือนและค่าตอบแทนบุคลากร - ค่าสาธารณูปโภคและวัสดุสิ้นเปลือง - ค่าบำรุงรักษาระบบและอาคารสถานที่ โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพ - โครงการพัฒนาระบบการทำงานภายใน - การอบรมทักษะพื้นฐานในการปฏิบัติงาน	- รักษาคุณภาพการดำเนินงานในปัจจุบัน - สนับสนุนให้ภารกิจหลักดำเนินไปอย่างราบรื่น - ดูแลปัจจุบันให้มั่นคง	~30%

**ตารางวิเคราะห์ความสอดคล้องของแผนการพัฒนาศึกษากับตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย
กาฬสินธุ์ (พ.ศ. 2569-2573)**

ตารางนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อมโยงที่ชัดเจน (Strategic Alignment) ระหว่างแผนปฏิบัติการกับเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ทำให้มั่นใจได้ว่าทุกโครงการที่ดำเนินการจะส่งผลโดยตรงต่อการบรรลุตัวชี้วัดความสำเร็จหลัก (KPIs) ที่กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
KPI-S1: ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระ ภายใน 1 ปี	เป้าประสงค์ 1.1: ผลผลิตบัณฑิตสมรรถนะสูงพร้อมทำงาน	- โครงการยกระดับการเรียนรู้เชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE) - โครงการเสริมสร้างสมรรถนะ Soft Skills (Skill-Based Transcript)	โครงการเหล่านี้มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์จริงในสถานประกอบการ (CWIE) และรับรองทักษะที่ตลาดแรงงานต้องการ (Soft Skills) ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสการได้งานทำโดยตรง
KPI-O1: ร้อยละนักศึกษาที่ออกปฏิบัติการ CWIE โดยได้รับค่าตอบแทน	กลยุทธ์ 1.1.2: ปฏิรูปการเรียนรู้การสอนสู่การเรียนรู้เชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE)	โครงการพัฒนาระบบการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน (CWIE)	เป็นตัวชี้วัดนำ (Leading Indicator) ที่วัดความเข้มข้นของการจัดประสบการณ์จริงให้นักศึกษา ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อ KPI-S1 (อัตราการได้งานทำ)
KPI-O2: จำนวนหลักสูตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน	กลยุทธ์ 1.1.1: พัฒนาหลักสูตรเรือธง (Flagship Programs) ที่ตอบโจทย์การพัฒนาท้องถิ่น	- โครงการจัดตั้งคณะพยาบาลศาสตร์ - โครงการจัดตั้งหลักสูตรดุริยางคศาสตร์ - โครงการพัฒนาหลักสูตรเกษตรอัจฉริยะและเทคโนโลยีดิจิทัล	การพัฒนาหลักสูตรเรือธงเป็นการสร้างหลักสูตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางและตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่นและประเทศอย่างชัดเจน

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
KPI-O3: จำนวนหลักสูตรที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานระดับชาติหรือนานาชาติ (AUN-QA)	กลยุทธ์ 1.4: ยกระดับคุณภาพหลักสูตรสู่มาตรฐานสากล (AUN-QA)	โครงการพัฒนาระบบประกันคุณภาพและการบริหารจัดการตามเกณฑ์ AUN-QA	เป็นตัวชี้วัดที่วัดความสำเร็จของการยกระดับคุณภาพหลักสูตรโดยตรง ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของแผนในการสร้างการยอมรับระดับสากล
KPI-O4: จำนวนหลักสูตรที่มีการจัดการเรียนการสอนหรือกิจกรรมร่วมกับสถานศึกษาต่างประเทศ	กลยุทธ์ 1.1.4: สร้างความร่วมมือและยกระดับความเป็นสากล (Internationalization)	โครงการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ	การสร้างความร่วมมือกับสถาบันต่างชาตินำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรร่วม หลักสูตรสองปริญญา หรือ กิจกรรมแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นผลลัพธ์โดยตรงของกลยุทธ์นี้
KPI-O5: ร้อยละของนักศึกษาที่ประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ	เป้าประสงค์ 1.1: ผลิtbัณฑิตสมรรถนะสูงพร้อมทำงาน	โครงการบ่มเพาะและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ (Startup Incubation Program)	โครงการนี้ถูกออกแบบมาเพื่อพัฒนาทักษะและให้การสนับสนุนนักศึกษาที่มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการโดยเฉพาะ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มจำนวนบัณฑิตที่เลือกเส้นทางอาชีพอิสระ
KPI-S2: ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักศึกษาทุกระดับการศึกษา	เป้าประสงค์ 1.1: ขยายฐานผู้เรียนสู่สากล	- โครงการจัดตั้งคณะพยาบาลศาสตร์ - โครงการจัดตั้งโรงเรียนสาธิต - โครงการขับเคลื่อน Lifelong Learning	การเปิดหลักสูตรใหม่ที่เป็นที่ต้องการสูง (พยาบาลศาสตร์) การสร้างฐานผู้เรียนตั้งแต่ระดับพื้นฐาน (รร.สาธิต) การขยายสู่กลุ่มคนวัยทำงาน (Lifelong Learning) และการปรับภาพลักษณ์องค์กร

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
		โครงการ "KSU Rebranding & Strategic Communication"	(Rebranding) ล้วนเป็นกลยุทธ์หลักในการเพิ่มจำนวนนักศึกษา
KPI-O6: จำนวนหลักสูตรเปิดใหม่	กลยุทธ์ 1.1.1: พัฒนาหลักสูตรเรือธง (Flagship Programs)	- โครงการจัดตั้งคณะพยาบาลศาสตร์ - โครงการจัดตั้งหลักสูตรดุริยางคศาสตร์ คณะบริหารศาสตร์ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง - ปวส. บัญชี ระดับปริญญาตรี - บธ.บ. การจัดการ (โลจิสติกส์และอุปทาน) - บธ.บ. นวัตกรรมธุรกิจการค้าสมัยใหม่ - บธ.บ. สาขาวิชาการจัดการ - บธ.บ. สาขาวิชาการจัดการการตลาด - บัญชีบัณฑิต - สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ ระดับปริญญาโท - บธ.ม. นวัตกรรมธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (ป.ตรีควบโท) - บธ.ม.หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต - บัญชีมหาบัณฑิต	เป็นตัวชี้วัดเชิงปริมาณที่สะท้อนความสำเร็จในการพัฒนาหลักสูตรใหม่ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์ที่วางไว้

ตัวชี้วัดตามแผน ยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กล ยุทธ์ในแผนการ พัฒนาการศึกษาที่ สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
		- วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมดิจิทัลใน ธุรกิจ ระดับปริญญาเอก - ปรด. บริหารธุรกิจ • คณะเทคโนโลยีการเกษตร ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง - ปวส. การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ - ปวส. สาขาสัตวศาสตร์ ระดับปริญญาตรี - วท.บ. สาขาวิชาสัตวศาสตร์ (4 ปี) - วท.บ. สาขาวิชาสัตวศาสตร์ (ต่อเนื่อง) - วท.บ. เทคนิคการสัตวแพทย์ และการพยาบาลสัตว์ - วท.บ. เกษตรอัจฉริยะ - วท.บ. การเพาะเลี้ยงและธุรกิจ สัตว์น้ำ - วท.บ.สาขาวิชาเทคโนโลยี อาหารและการประกอบอาหาร - วท.บ. ชีวภาพและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์เกษตร - วท.บ. สาขาวิชา เทคโนโลยีการผลิตพืช	

ตัวชี้วัดตามแผน ยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กล ยุทธ์ในแผนการ พัฒนาการศึกษาที่ สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
		ระดับปริญญาเอก - ปร.ด. เทคโนโลยีการเกษตร • คณะวิศวกรรมศาสตร์ฯ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง - ปวส. เทคนิคนยานยนต์ - ช่างกลโรงงาน - ไฟฟ้า ระดับปริญญาตรี - วศ.บ. วิศวกรรมเมคคาทรอนิกส์ - สถ.บ. นวัตกรรมการออกแบบ - วศ.บ. วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ - วศ.บ. วิศวกรรมไฟฟ้า (ต่อเนื่อง) - วศ.บ. วิศวกรรมเครื่องกล - วศ.บ. วิศวกรรมโยธา - วศ.บ. วิศวกรรมเกษตร อัญริยะ - วศ.บ. วิศวกรรมอุตสาหกรรม ระดับปริญญาโท - วศ.บ. วิศวกรรมประยุกต์ - วศ.ม. วิศวกรรมไฟฟ้า • คณะศึกษาศาสตร์ฯ ระดับปริญญาตรี - ค.บ. นวัตกรรมจัดการเรียนรู้ (รวม 12 วิชาเอก)	

ตัวชี้วัดตามแผน ยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กล ยุทธ์ในแผนการ พัฒนาการศึกษาที่ สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
		ระดับปริญญาโท - ค.ม. การบริหารการศึกษา - ค.ม. นวัตกรรมกา จัดการเรียนรู้ - ค.ม. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ ศึกษา - ค.ม. สาขาวิชาคณิตศาสตร์ ศึกษา - ประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ เรียนรู้ - ประกาศนียบัตรบัณฑิตชั้นสูง สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ เรียนรู้ ระดับปริญญาเอก - ค.ด. นวัตกรรมการจัดการ เรียนรู้ - ค.ด. สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา - ค.ด. สาขาวิชาหลักสูตรและ การสอน - ค.ด. สาขาวิชาคณิตศาสตร์ ศึกษา • คณะศิลปศาสตร์ ระดับปริญญาตรี - ดศ.บ. ดุริยางคศาสตร์ - ศศ.บ. ภาษาจีน	

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
		- ศศ.บ. ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ - ดศ.บ. ดุริยางคศิลป์ - นิติศาสตรบัณฑิต - นศ.บ. สื่อดิจิทัลคอนเทนต์ - รป.บ. รัฐประศาสนศาสตร์ - รัฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ - ร.บ. รัฐศาสตร์ (ตรีควบโท) - ศศ.บ. สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ ระดับปริญญาโท - ศศ.ม. มรตกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ - รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต - รป.ม. การบริหารการพัฒนา ระดับปริญญาเอก - รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต - รป.ด. การบริหารการพัฒนา - ป.ร.ด. มรตกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์	

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
		คณะวิทยาศาสตร์ฯ ระดับปริญญาตรี - วท.บ. เทคโนโลยีสารสนเทศทางการแพทย์ - วท.บ. วิทยาศาสตร์การกีฬา - วท.บ. - วิชาเอกอนามัยสิ่งแวดล้อม - วิชาเอกอาชีวอนามัยและความปลอดภัย - ส.บ. สาธารณสุขศาสตร์ ระดับปริญญาโท - วท.ม. การจัดการนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ - ส.ม. สาขาสาธารณสุขศาสตร์มหาบัณฑิต ปริญญาเอก - ประ.ด. การจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ - ประ.ด. การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ - ส.ด. สาธารณสุขศาสตร์ • คณะพยาบาลศาสตร์ ระดับปริญญาตรี - พยาบาลศาสตรบัณฑิต	
KPI-O7: ร้อยละนักเรียนที่สมัครเข้าศึกษาผ่านระบบ Lifelong Learning	กลยุทธ์ 1.1.3: ขับเคลื่อนการเรียนรู้ตลอดชีวิต Lifelong Learning)	• โครงการพัฒนาระบบธนาคารหน่วยกิต (Credit Bank) และหลักสูตร non-degree	ตัวชี้วัดนี้วัดความสำเร็จของกลยุทธ์การขยายฐานผู้เรียนไปยังกลุ่มคนวัยทำงานโดยตรง ผ่านกลไกการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่น

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
KPI-S3: ร้อยละของผลงานวิจัยที่สามารถเผยแพร่ในวารสารระดับชาติ/นานาชาติ	เป้าประสงค์ 2.1: สร้างผลงานวิจัยที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์และแก้ปัญหาเชิงพื้นที่	• โครงการพัฒนาระบบนิเวศการวิจัย	• โครงการพัฒนาศักยภาพนักวิจัยสู่การตีพิมพ์ระดับนานาชาติ
KPI-O8: จำนวนบทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติ	กลยุทธ์ 2.1.2: พัฒนาระบบนิเวศการวิจัยและส่งเสริมการตีพิมพ์	• โครงการศูนย์พัฒนาศักยภาพนักวิจัยสู่เวทีการตีพิมพ์ระดับชาติและนานาชาติ	เป็นตัวชี้วัดผลผลิต (Output) ที่สะท้อนความสำเร็จของโครงการสนับสนุนการตีพิมพ์โดยตรง
KPI-O9: จำนวนบทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติกลุ่มคุณภาพสูง (Q1)	กลยุทธ์ 2.1.2: พัฒนาระบบนิเวศการวิจัยและส่งเสริมการตีพิมพ์	• โครงการศูนย์พัฒนาศักยภาพนักวิจัยฯ (เน้นการสนับสนุนการตีพิมพ์ในวารสาร Q1/Q2)	ตัวชี้วัดนี้เจาะจงคุณภาพของผลงานวิจัย ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของโครงการพัฒนาศักยภาพนักวิจัยในการสร้างความเป็นเลิศทางวิชาการ
KPI-S4: จำนวนผลงานวิจัยที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/พื้นที่/สังคม	เป้าประสงค์ 2.1: สร้างผลงานวิจัยที่ต่อยอดเชิงพาณิชย์และแก้ปัญหาเชิงพื้นที่	• โครงการขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยผ่านระบบทรัพย์สินทางปัญญา (IP)	• โครงการเชื่อมโยงงานวิจัยสู่ภาคอุตสาหกรรมและชุมชน
KPI-O10: จำนวนโครงการวิจัยที่เน้นสร้างสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมที่สอดคล้องกับ SDGs	กลยุทธ์ 2.1.1: กำหนดทิศทางการวิจัยมุ่งเป้าที่สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG และศักยภาพพื้นที่	• โครงการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมชุมชนเชิงพื้นที่ (CBR)	การวิจัยเชิงพื้นที่จะเน้นการสร้างนวัตกรรมที่แก้ปัญหาชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เช่น การเกษตร สุขภาพ และเศรษฐกิจชุมชน

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
KPI-O11: จำนวนสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร ที่ได้รับการจดทะเบียน	กลยุทธ์ 2.1.3: เร่งรัดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา	• โครงการขับเคลื่อนการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยผ่านระบบทรัพย์สินทางปัญญา (IP)	เป็นตัวชี้วัดที่วัดความสำเร็จของการคุ้มครองนวัตกรรมที่เกิดจากงานวิจัยโดยตรง ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของโครงการนี้
KPI-O12: จำนวนโครงการวิจัยที่ดำเนินการร่วมกับหน่วยงานภายนอก	กลยุทธ์ 2.1.3: เร่งรัดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ฯ	• โครงการเชื่อมโยงงานวิจัยสู่ภาคอุตสาหกรรมและชุมชน	การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเป็นหัวใจของโครงการนี้ เพื่อให้โจทย์วิจัยมาจากความต้องการจริงและเกิดการนำไปใช้ประโยชน์
KPI-S5: จำนวนผลิตภัณฑ์/องค์ความรู้ที่สร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ/สังคม	เป้าประสงค์ 3.1: ยกระดับบริการวิชาการเชิงรุกและสร้างหน่วยธุรกิจที่สร้างรายได้	• โครงการพัฒนาหน่วยบริการวิชาการเพื่อสร้างรายได้ (Smart Academic Business Units)	• โครงการบริการวิชาการที่ตอบโจทย์การพัฒนาจังหวัด (วัดผลด้วย SROI)
KPI-O13: จำนวนองค์ความรู้ที่ได้รับการรับรองการใช้ประโยชน์จากชุมชน ท้องถิ่น	กลยุทธ์ 3.1.1: พัฒนารูปแบบบริการ วิชาการที่ตอบโจทย์การพัฒนาจังหวัดและสร้างผลกระทบทางสังคม (SROI)	• โครงการพัฒนาระบบบริการวิชาการและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนเชิงพื้นที่ฯ	ตัวชี้วัดนี้วัดการยอมรับและการนำองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัยไปใช้โดยชุมชน ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของโครงการบริการวิชาการเชิงพื้นที่
KPI-O14: จำนวนโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	เป้าประสงค์ 3.1: ยกระดับบริการวิชาการเชิงรุกฯ	• โครงการส่งเสริมความร่วมมือทุนวิจัยและนวัตกรรมกับภาคเอกชน/รัฐ	การแสวงหาทุนจากภายนอกเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความยั่งยืนทางการเงินและสร้างความ

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
			ร่วมมือ ซึ่งเป็นเป้าหมายโดยตรงของโครงการนี้
KPI-O15: ร้อยละรายได้ที่ได้รับจากการดำเนินงานด้านบริการวิชาการผ่านหน่วยธุรกิจ (Business Units)	กลยุทธ์ 3.1.2: จัดตั้งและบ่มเพาะหน่วยธุรกิจวิชาการ (Academic Business Units)	• โครงการพัฒนาหน่วยบริการวิชาการเพื่อสร้างรายได้ (Smart Academic Business Units)	เป็นตัวชี้วัดที่วัดความสำเร็จในการสร้างรายได้ของหน่วยธุรกิจวิชาการโดยตรง ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของโครงการ
KPI-S6: จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการเชิงวัฒนธรรมที่เกิดจากการต่อยอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น	เป้าประสงค์ 4.1: อนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์	• โครงการจัดตั้งหลักสูตรดุริยางคศาสตร์	• โครงการ “วัฒนธรรมร่วมสร้าง ร่วมสุข ก้าวสู่มหาวิทยาลัยแห่งอัตลักษณ์”
KPI-O16: จำนวนการเข้าเยี่ยมชม/เข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในพื้นที่	กลยุทธ์ 4.1.2: สร้างความร่วมมือกับชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงวัฒนธรรม	• โครงการ “วัฒนธรรมร่วมสร้าง ร่วมสุข ก้าวสู่มหาวิทยาลัยแห่งอัตลักษณ์”	การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมร่วมกับชุมชน เช่น KSU Cultural Roadshow มีเป้าหมายเพื่อดึงดูดการมีส่วนร่วมจากคนในและนอกพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับตัวชี้วัดนี้โดยตรง
KPI-S7: ระดับสมรรถนะของบุคลากรที่มีคุณภาพ	เป้าประสงค์ 5.2: พัฒนาสมรรถนะและสร้างความผูกพันของบุคลากร	• โครงการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรเชิงระบบและยั่งยืน (Strategic HR Development)	โครงการนี้ถูกออกแบบมาเพื่อยกระดับสมรรถนะของบุคลากรโดยตรง ผ่านการจัดทำกรอบสมรรถนะ (Competency Framework) และแผนพัฒนารายบุคคล (IDP)

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
KPI-O17: ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาบุคลากรและการบริหารอัตรากำลัง	กลยุทธ์ 5.2.1: จัดทำแผนพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากรเชิงระบบ	• โครงการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรเชิงระบบและยั่งยืน (Strategic HR Development)	เป็นตัวชี้วัดที่ใช้ประเมินความสำเร็จของการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาบุคลากรโดยตรง
KPI-S8: ระดับความสำเร็จของการบริหารราชการตามกรอบ TOR ของผู้บริหาร	เป้าประสงค์ 5.1: พัฒนาองค์กรสู่มาตรฐานสากลและสร้างวัฒนธรรมคุณภาพ	• กลไกการกำกับติดตามและทบทวนแผน (Monitoring and Review Mechanism)	การมีระบบติดตามและประเมินผลที่ชัดเจน เช่น BSC และ OKRs จะช่วยให้การบริหารงานของผู้บริหารเป็นไปตามเป้าหมายและกรอบความรับผิดชอบที่กำหนดไว้
KPI-O18: ผลการประเมิน EdPEx และการจัดอันดับ THE Impact Ranking	เป้าประสงค์ 5.1: พัฒนาองค์กรสู่มาตรฐานสากล (EdPEx) และสร้างวัฒนธรรมคุณภาพ	• โครงการพัฒนาระบบประกันคุณภาพและการบริหารจัดการตามเกณฑ์ EdPEx	โครงการนี้คือกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาองค์กรตามกรอบ EdPEx เพื่อบรรลุเป้าหมายคะแนน 300 และการดำเนินงานในทุกยุทธศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับ SDGs จะส่งผลต่ออันดับ THE Impact Ranking
KPI-O19: ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ	กลยุทธ์ 5.1.2: ปฏิรูป สู่องค์กรดิจิทัลและพัฒนา ระบบสารสนเทศอัจฉริยะ	• โครงการยกระดับระบบนิเวศการเรียนรู้และโครงสร้างพื้นฐานสู่มหาวิทยาลัยก้าวหน้าอัจฉริยะ	ตัวชี้วัดนี้วัดความสำเร็จของการปฏิรูปสู่องค์กรดิจิทัลโดยตรง ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศ

ตัวชี้วัดตามแผนยุทธศาสตร์ มกส. (พ.ศ. 2569-2573)	เป้าประสงค์/กลยุทธ์ในแผนการพัฒนาศึกษาที่สอดคล้องกัน	โครงการ/กิจกรรมหลักที่ขับเคลื่อน (Key Initiatives/Projects)	คำอธิบายความเชื่อมโยง (Rationale for Alignment)
KPI-O20: ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA)	กลยุทธ์ 5.1.3: บริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส (ITA)	• โครงการพัฒนาและประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA University Model)	โครงการนี้มุ่งเน้นการเสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการประเมิน ITA
KPI-O21: ระดับความผูกพันองค์กรที่ดี (Engagement)	เป้าประสงค์ 5.2: พัฒนาสมรรถนะและสร้างความผูกพันของบุคลากร	• โครงการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรฯ	• โครงการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้และสร้างนวัตกรรม
KPI-O22: ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการสินทรัพย์และการจัดการพื้นที่	เป้าประสงค์ 5.1: พัฒนางค์กรสู่มาตรฐานสากลฯ	• โครงการยกระดับระบบนิเวศการเรียนรู้และโครงสร้างพื้นฐานฯ	การบริหารจัดการสินทรัพย์และพื้นที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบนิเวศทางกายภาพ (Ecosystem) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของโครงการนี้

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก: กรอบการวัดผลและประเมินผลฉบับสมบูรณ์

ก.1 แนวทางการกำหนดแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) และตาราง Balanced Scorecard (BSC)

แนวทางการกำหนดแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ดังที่แสดงใน ภาพที่ 4 แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงเชิงเหตุและผลของเป้าประสงค์ใน 4 มุมมอง ซึ่งถูกแปลงเป็นตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายที่ชัดเจนในตาราง Balanced Scorecard (BSC) ฉบับสมบูรณ์ดังต่อไปนี้

มุมมอง (Perspective)	เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives)	ตัวชี้วัดหลัก (KPIs) ¹	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ. 2573)
ด้านการเงิน (Financial)	สร้างความยั่งยืนทางการเงินและลดการพึ่งพางบประมาณแผ่นดิน	KPI-O15: ร้อยละรายได้ที่ได้รับจากหน่วยธุรกิจ (Business Units) เพิ่มขึ้น	+20% (เทียบกับปีฐาน)
		KPI-O14: จำนวนโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก	20 โครงการ
ด้านลูกค้า/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Customer/Stakeholder)	ผลิตบัณฑิตสมรรถนะสูงที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	KPI-S1: ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน 1 ปี	90%
	ขยายฐานผู้เรียนและสร้างแบรนด์องค์กรที่น่าเชื่อถือ	KPI-S2: ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักศึกษาทุกระดับการศึกษา	90%
	เป็นสถาบันหลักในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน	KPI-S5: จำนวนผลิตภัณฑ์/องค์ความรู้ที่สร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ/สังคม	49 ผลงาน
		KPI-S6: จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการเชิงวัฒนธรรมที่สร้างคุณค่า/มูลค่า	20 ผลิตภัณฑ์
ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process)	มีหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่เป็นเลิศและได้มาตรฐานสากล	KPI-O1: ร้อยละนักศึกษาที่ออกปฏิบัติการ CWIE โดยได้รับคำตอบแทน	50%

มุมมอง (Perspective)	เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives)	ตัวชี้วัดหลัก (KPIs) ¹	ค่าเป้าหมาย (พ.ศ. 2573)
		• KPI-O3: จำนวนหลักสูตรที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์ AUN-QA	100% (ระดับ 4.0)
	• มีกระบวนการวิจัยและนวัตกรรมที่สร้างผลกระทบ	• KPI-S3: ร้อยละของผลงานวิจัยที่สามารถเผยแพร่ในวารสารระดับชาติ/นานาชาติ	55%
		• KPI-S4: จำนวนผลงานวิจัยที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/พื้นที่/สังคม	45 ผลงาน
	• มีกระบวนการบริการวิชาการเชิงรุกที่ตอบโจทย์ท้องถิ่น	• KPI-O13: จำนวนองค์ความรู้ที่ได้รับการรับรองการใช้ประโยชน์จากชุมชน	90 ชุมชน
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning & Growth)	• พัฒนาองค์กรสู่มาตรฐานสากลและมีวัฒนธรรมคุณภาพ	• KPI-O18: ผลการประเมิน EdPEX (ระดับสถาบัน)	300 คะแนน
		• KPI-O20: ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส (ITA)	90 คะแนน
	• พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะสูงและมีความผูกพันต่อองค์กร	• KPI-S7: ระดับสมรรถนะของบุคลากร (สายวิชาการ: สนิบสนุน)	ระดับ 2:2
		• KPI-O21: ระดับความผูกพันองค์กรที่ดี (Engagement)	ระดับ 5
	• ปฏิรูปองค์กรดิจิทัลที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย	• KPI-O19: ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ	ระดับ 5

ก.2 ตาราง Objectives and Key Results (OKRs) และ Lead/Lag Indicators รายประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์	Objective (เป้าหมายหลัก)	Key Result (ผลลัพธ์หลัก / KPI) ¹	ประเภท (Lead/Lag)
1. Academic Excellence	ผลิตบัณฑิตสมรรถนะสูงที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	• KPI-S1: ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำ (90%)	Lagging
		• KPI-O1: ร้อยละนักศึกษาที่ออกปฏิบัติการ CWIE (50%)	Leading
		• KPI-O3: จำนวนหลักสูตรที่ได้รับการรับรอง AUN-QA (100%)	Leading
2. Research & Innovation	สร้างผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่สร้างผลกระทบเชิงพื้นที่และต่อยอดเชิงพาณิชย์	• KPI-S4: จำนวนผลงานวิจัยที่ใช้ประโยชน์ (45 ผลงาน)	Lagging
		• KPI-S3: ร้อยละผลงานวิจัยตีพิมพ์ (55%)	Leading
		• KPI-O11: จำนวนสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรที่จดทะเบียน (12 ฉบับ)	Leading
3. Academic Services	ยกระดับบริการวิชาการเชิงรุกและสร้างหน่วยธุรกิจที่สร้างรายได้ให้มหาวิทยาลัย	• KPI-O15: ร้อยละรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากหน่วยธุรกิจ (+20%)	Lagging
		• KPI-S5: จำนวนผลิตภัณฑ์/องค์ความรู้ที่สร้างผลกระทบ (49 ผลงาน)	Leading
		• KPI-O13: จำนวนองค์ความรู้ที่ชุมชนรับรองการใช้ประโยชน์ (90 ชุมชน)	Leading
4. Arts & Culture	ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และ Soft Power	• KPI-S6: จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการเชิงวัฒนธรรมที่สร้างมูลค่า (20 ผลิตภัณฑ์)	Lagging
		• KPI-O16: จำนวนการเข้าเยี่ยมชม/เข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม	Leading

ประเด็นยุทธศาสตร์	Objective (เป้าหมายหลัก)	Key Result (ผลลัพธ์หลัก / KPI) ¹	ประเภท (Lead/Lag)
5. Excellence Management	พัฒนาองค์กรสู่มาตรฐานสากล และสร้างวัฒนธรรมคุณภาพ	• KPI-O18: ผลการประเมิน EdPEX (300 คะแนน)	Lagging
		• KPI-S7: ระดับสมรรถนะของบุคลากร (ระดับ 2:2)	Leading
		• KPI-O19: ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ (ระดับ 5)	Leading

ภาคผนวก ข: แผนปฏิบัติการ (Action Plan) และโครงการริเริ่ม (Strategic Initiatives) ที่สำคัญ
 ข.1 สรุปโครงการเรือธง (Flagship Projects) ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

โครงการเรือธง (Flagship Project)	วัตถุประสงค์หลัก	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง
1. โครงการจัดตั้งคณะพยาบาลศาสตร์	ผลิตพยาบาลวิชาชีพเพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนในพื้นที่และยกระดับระบบสาธารณสุขของจังหวัด	1. Academic Excellence 3. Academic Services
2. โครงการจัดตั้งโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์	สร้างโรงเรียนต้นแบบด้านนวัตกรรมการศึกษา และเป็นแหล่งฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูที่มีคุณภาพ	1. Academic Excellence 3. Academic Services
3. โครงการจัดตั้งหลักสูตรดุริยางคศาสตร์	ต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์และ Soft Power สร้างบัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง	1. Academic Excellence 4. Arts & Culture
4. โครงการปฏิรูปสู่องค์กรดิจิทัล (Smart University)	ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนทุกพันธกิจของมหาวิทยาลัย	5. Excellence Management
5. โครงการปรับภาพลักษณ์องค์กร (KSU Rebranding)	สร้างแบรนด์มหาวิทยาลัยให้ทันสมัย เป็นที่รู้จัก และดึงดูดผู้เรียนที่มีคุณภาพ	5. Excellence Management

ข.2 แผนปฏิบัติการรายประเด็นยุทธศาสตร์

โครงการริเริ่ม (Initiative)	กิจกรรมหลัก	หน่วยงาน รับผิดชอบ	กรอบ เวลา	งบประมาณ	ตัวชี้วัดโครงการ
ยุทธศาสตร์ที่ 1: Academic Excellence					
1.1 พัฒนา หลักสูตรเรือธง	- ศึกษาความเป็นไปได้ - พัฒนาและเสนอ ขออนุมัติหลักสูตร - เตรียมความพร้อม ด้านบุคลากรและ สถานที่	คณะ/หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง กอง นโยบายและแผน	2569- 2571	งบเพื่อการ เปลี่ยนแปลง	จำนวนหลักสูตร ใหม่ที่เปิดสอน (KPI-O6)
1.2 ยกกระดับ CWIE	- สร้างเครือข่าย ความร่วมมือกับ สถานประกอบการ - จัดทำ MOU/MOA - นิเทศและ ประเมินผลนักศึกษา	สำนักส่งเสริม วิชาการฯ ทุกคณะ	2569- 2573	งบเพื่อการ ดำเนินงาน	ร้อยละนักศึกษาที่ ออกปฏิบัติการ CWIE (KPI-O1)
ยุทธศาสตร์ที่ 2: Research & Innovation					
2.1 พัฒนา ระบบนิเวศการ วิจัย	- จัดตั้งศูนย์พัฒนา ศักยภาพนักวิจัย - จัดอบรมการเขียน บทความวิจัย - ให้คำปรึกษาและ สนับสนุนการตีพิมพ์	สถาบันวิจัยและ พัฒนา	2569- 2573	งบเพื่อการ เปลี่ยนแปลง	ร้อยละผลงานวิจัย ตีพิมพ์ (KPI-S3)
ยุทธศาสตร์ที่ 3: Academic Services					
3.1 จัดตั้งหน่วย ธุรกิจวิชาการ	- สำรวจศักยภาพ ของหน่วยงาน - พัฒนาแผนธุรกิจ (Business Model) - เปิดหน่วยบริการ เชิงพาณิชย์	ทุกคณะ/หน่วยงาน กองคลัง	2570- 2573	งบเพื่อการ เปลี่ยนแปลง	ร้อยละรายได้ที่ เพิ่มขึ้นจากหน่วย ธุรกิจ (KPI-O15)
ยุทธศาสตร์ที่ 4: Arts & Culture					
4.1 ขับเคลื่อน Soft Power	จัดกิจกรรม "KSU Cultural Roadshow"	คณะศิลปศาสตร์ กองกิจการ นักศึกษา	2569- 2573	งบเพื่อการ ดำเนินงาน	จำนวนผลิตภัณฑ์/ บริการเชิง

โครงการริเริ่ม (Initiative)	กิจกรรมหลัก	หน่วยงาน รับผิดชอบ	กรอบ เวลา	งบประมาณ	ตัวชี้วัดโครงการ
	- ผลิตสื่อสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม - พัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมร่วมกับชุมชน				วัฒนธรรม (KPI-S6)
ยุทธศาสตร์ที่ 5: Excellence Management					
5.1 ขับเคลื่อน EdPEX	- วิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) - จัดอบรมบุคลากร - จัดทำรายงานประเมินตนเอง	กองนโยบายและแผน ทุกหน่วยงาน	2569-2573	งบเพื่อดำเนินงาน	ผลการประเมิน EdPEX (KPI-O18)

ภาคผนวก ค: แผนแม่บทการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Master Plan)

ค.1 แผนพัฒนาสมรรถนะอาจารย์และบุคลากร (Competency Development Plan)

แผนนี้มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรตามกรอบสมรรถนะหลัก (Core Competencies) และสมรรถนะเชิงหน้าที่ (Functional Competencies)

ประเภทสมรรถนะ	โปรแกรมการพัฒนาหลัก	กลุ่มเป้าหมาย
สมรรถนะหลัก (CHANGE)	- หลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการทำงานร่วมกัน (Collaboration) - หลักสูตรการบริหารจัดการที่มุ่งผลสัมฤทธิ์สูง (High Performance)	บุคลากรทุกระดับ
สมรรถนะเชิงหน้าที่ (สายวิชาการ)	- หลักสูตรการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) - หลักสูตรการออกแบบหลักสูตรแบบ Outcome-based - หลักสูตรการวิจัยเพื่อสร้างผลกระทบ (Impactful Research)	อาจารย์และนักวิจัย
สมรรถนะเชิงหน้าที่ (สายสนับสนุน)	- หลักสูตรการบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence) - หลักสูตรการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการปฏิบัติงาน (Digital Proficiency)	บุคลากรสายสนับสนุน

ค.2 แผนบริหารอัตรากำลังและสร้างแนวทางในสายอาชีพ (Workforce and Career Path Planning)

แผนงาน	กิจกรรมหลัก
1. การวิเคราะห์และวางแผนอัตรากำลัง	• วิเคราะห์อัตรากำลังปัจจุบันเทียบกับภาระงานและแผนยุทธศาสตร์ • วางแผนสรรหาบุคลากรใหม่เพื่อรองรับหลักสูตรเรือธง (พยาบาล ศาสตราจารย์ รร.สาธิต)
2. การสร้างแนวทางในสายอาชีพ	• จัดทำเส้นทางความก้าวหน้า (Career Ladder) สำหรับสายสนับสนุนให้ชัดเจน • ส่งเสริมและสนับสนุนการขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการของสายวิชาการ
3. การบริหารผลการปฏิบัติงาน	• นำระบบประเมินผลการปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงกับสมรรถนะและ KPI มาใช้ • นำผลการประเมินมาใช้ในการพิจารณาความดีความชอบและการพัฒนาบุคลากร

ภาคผนวก ง: แผนปฏิบัติการด้านการตลาดและการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ง.1 แผนการสื่อสารแบรนด์และประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Rebranding & Communication Plan)

องค์ประกอบ	รายละเอียด
1. อัตลักษณ์แบรนด์ (Brand Identity)	• แก่นของแบรนด์: มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น (Anchor Institution) ที่สร้างสรรค์อนาคตด้วยนวัตกรรมและภูมิปัญญา (Glocal University)
2. กลุ่มเป้าหมายหลัก	• นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและอาชีวศึกษาในจังหวัดกาฬสินธุ์และจังหวัดใกล้เคียง • ผู้ปกครองและครูแนะแนว
3. ช่องทางการสื่อสาร	• ออนไลน์: social media (Facebook TikTok YouTube) Website การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา (SEM) • ออฟไลน์: กิจกรรม Roadshow แนะนำ Open House ค่ายวิชาการ สื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่
4. กิจกรรมหลัก	• ผลิตสื่อวิดีโอและคอนเทนต์ที่สะท้อนชีวิตนักศึกษาและความสำเร็จของศิษย์เก่า • จัดกิจกรรม Open House ที่ให้นักเรียนได้สัมผัสประสบการณ์จริงในคณะต่างๆ • สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับโรงเรียนมัธยมเพื่อจัดกิจกรรมแนะแนวร่วมกัน

ง.2 แผนงานสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าและผู้ประกอบการ (Alumni & Employer Relations Plan)

กลุ่มเป้าหมาย	กิจกรรมหลัก	เป้าหมาย
ศิษย์เก่า	• จัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่าสัมพันธ์ให้เป็นปัจจุบัน • จัดกิจกรรมคืนสู่เหย้าและกิจกรรม Networking • เสนอหลักสูตร Upskill/Reskill สำหรับศิษย์เก่า	• สร้างเครือข่ายศิษย์เก่าที่เข้มแข็งและมีความผูกพันกับมหาวิทยาลัย • ดึงศิษย์เก่ากลับมามีส่วนร่วมในการพัฒนา (เป็นวิทยากร พี่เลี้ยง)
ผู้ประกอบการ	• จัดตั้งศูนย์ประสานงานความร่วมมือกับสถานประกอบการ • จัดกิจกรรม Job Fair และเวทีพบปะระหว่างนักศึกษากับผู้ประกอบการ • เชิญผู้ประกอบการร่วมพัฒนาและประเมินหลักสูตร	• เพิ่มจำนวนสถานประกอบการในเครือข่าย CWIE • เพิ่มอัตราการได้งานทำของบัณฑิตในสถานประกอบการชั้นนำ

ภาคผนวก จ : ตารางสรุปตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายตามแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2569-2573)

ตารางนี้รวบรวมตัวชี้วัดความสำเร็จหลัก (KPIs) ทั้งหมดของแผนยุทธศาสตร์ โดยจำแนกตาม 5 ประเด็นยุทธศาสตร์หลัก พร้อมระบุค่าฐานปี 2567 (ทั้งค่าเป้าหมายและผลลัพธ์) และค่าเป้าหมายรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2569 ถึง 2573 เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดตามและประเมินผลความก้าวหน้าของแผนอย่างเป็นรูปธรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ / ตัวชี้วัด (KPI)	รหัส	หน่วยนับ	ค่าฐาน ปี 2567	ค่า เป้าหมาย ปี 2569	ค่า เป้าหมาย ปี 2570	ค่า เป้าหมาย ปี 2571	ค่า เป้าหมาย ปี 2572	ค่า เป้าหมาย ปี 2573	หมายเหตุ
ยุทธศาสตร์ที่ 1: ยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ (Academic Excellence)									
ร้อยละผู้สำเร็จการศึกษาได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระ ภายใน 1 ปี หลังสำเร็จการศึกษา	KPI-S1	ร้อยละ	เป้า: 99% ผล: 66.76%	82	84	86	88	90	โดยใช้จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาปีก่อนหน้าปีประเมินเป็นฐานในการคำนวณ เช่น ประเมินปี 2569 ใช้ฐานคำนวณปี 2568
ร้อยละนักศึกษาที่ออกปฏิบัติการสหกิจศึกษาในรูปแบบ WILL หรือ CWIE ในสถานประกอบการ โดยได้รับค่าตอบแทน	KPI-O1	ร้อยละ	-	50	55	60	65	70	
จำนวนหลักสูตรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน หรือพัฒนา	KPI-O2	จำนวน	-	2	4	6	8	10	

ประเด็นยุทธศาสตร์ / ตัวชี้วัด (KPI)	รหัส	หน่วยนับ	ค่าฐาน ปี 2567	ค่า เป้าหมาย ปี 2569	ค่า เป้าหมาย ปี 2570	ค่า เป้าหมาย ปี 2571	ค่า เป้าหมาย ปี 2572	ค่า เป้าหมาย ปี 2573	หมายเหตุ
ปรับปรุงหลักสูตรตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ/ภาคอุตสาหกรรม									
จำนวนหลักสูตรที่ได้รับการรับรองคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานระดับชาติหรือนานาชาติ (AUN-QA)	KPI-O3	จำนวน	-	5	10	15	20	25	
จำนวนหลักสูตรที่มีการจัดการเรียนการสอนหรือกิจกรรมร่วมกับสถานศึกษาต่างประเทศ	KPI-O4	จำนวน	-	1	2	3	4	5	
ร้อยละของนักศึกษาที่ประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ (วัดจากจำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการของหน่วย UBI และสามารถต่อยอดจนเป็นผู้ประกอบการ)	KPI-O5	ร้อยละ	เป้า: 4% ผล: 6.83%	5	6	7	8	9	
ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของจำนวนนักศึกษาทุกระดับการศึกษา	KPI-S2	ร้อยละ	-	14	30	50	70	90	

ประเด็นยุทธศาสตร์ / ตัวชี้วัด (KPI)	รหัส	หน่วยนับ	ค่าฐาน ปี 2567	ค่า เป้าหมาย ปี 2569	ค่า เป้าหมาย ปี 2570	ค่า เป้าหมาย ปี 2571	ค่า เป้าหมาย ปี 2572	ค่า เป้าหมาย ปี 2573	หมายเหตุ
(บัณฑิตศึกษา/ปริญญาตรี/ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี)									
จำนวนหลักสูตรเปิดใหม่ ระดับบัณฑิตศึกษา หรือ ระดับปริญญาตรี หรือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี	KPI-O6	จำนวน	-	2	4	6	8	10	
ร้อยละนักเรียนที่สมัครเข้าศึกษาต่อผ่านระบบ Lifelong Learning	KPI-O7	ร้อยละ	-	15	20	25	30	35	
ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนาการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างผลกระทบ (Research and Innovation for Impact)									
ร้อยละของผลงานวิจัยที่สามารถเผยแพร่ในวารสารระดับชาติ/นานาชาติที่เชื่อถือได้ตามประกาศ ก.พ.อ. เพิ่มขึ้น	KPI-S3	ร้อยละ	เป้า: 120 ผล: 125	5	10	15	20	25	ร้อยละที่เพิ่มขึ้นทุกปีเทียบกับฐาน ปี 2567 คือ 125 ผลงาน
จำนวนบทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติหรือนานาชาติที่เชื่อถือได้	KPI-O8	จำนวน ผลงาน	เป้า:120 ผล: 125	129	133	137	141	145	จำนวนที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ KPI-S3 ทุกปีเทียบกับฐาน ปี 2567 คือ 125
จำนวนบทความวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารระดับ	KPI-O9	จำนวน ผลงาน	เป้า: 10 ผล: 12	13	14	15	16	17	

ประเด็นยุทธศาสตร์ / ตัวชี้วัด (KPI)	รหัส	หน่วยนับ	ค่าฐาน ปี 2567	ค่า เป้าหมาย ปี 2569	ค่า เป้าหมาย ปี 2570	ค่า เป้าหมาย ปี 2571	ค่า เป้าหมาย ปี 2572	ค่า เป้าหมาย ปี 2573	หมายเหตุ
นานาชาติกลุ่มคุณภาพสูง (Q1)									
จำนวนผลงานวิจัยที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/พื้นที่/สังคม	KPI-S4	จำนวน ผลงาน	เป้า: 24 ผล: 21	25	30	35	40	45	
จำนวนโครงการวิจัยที่เน้นสร้างสิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับ SDGs	K P I - O10	จำนวน	เป้า: 24 ผล: 122	5	6	7	8	9	โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกโครงการที่สอดคล้องกับ SDG เพื่อพิจารณาจัดสรรทุนวิจัย
จำนวนสิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร หรือทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ๆ ที่ได้รับการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ	K P I - O11	จำนวน	-	5	6	7	8	9	
จำนวนโครงการวิจัยที่ดำเนินการร่วมกับหน่วยงานภายนอก	K P I - O12	จำนวน	-	5	6	7	8	10	
ยุทธศาสตร์ที่ 3: บริการวิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่า (Academic Services for Value Creation)									
จำนวนผลิตภัณฑ์ สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมฯ หรือองค์ความรู้ ที่สามารถสร้างผลกระทบเชิง	KPI-S5	จำนวน ผลงาน	เป้า: 24 ผล: 21	25	31	37	43	49	

ประเด็นยุทธศาสตร์ / ตัวชี้วัด (KPI)	รหัส	หน่วยนับ	ค่าฐาน ปี 2567	ค่า เป้าหมาย ปี 2569	ค่า เป้าหมาย ปี 2570	ค่า เป้าหมาย ปี 2571	ค่า เป้าหมาย ปี 2572	ค่า เป้าหมาย ปี 2573	หมายเหตุ
เศรษฐกิจ หรือสร้างรายได้ หรือยกระดับคุณภาพชีวิต ของชุมชน									
จำนวนองค์ความรู้ ที่ได้รับการรับรองการใช้ประโยชน์ จากชุมชน ท้องถิ่น (มีการ ประเมินด้วย SROI)	K P I - O13	จำนวน ชุมชน	เป้า: 24 ผล: 60	50	60	70	80	90	
จำนวนโครงการที่ได้รับทุน สนับสนุนจากสถาน ประกอบการ ภาคอุตสาหกรรม ภาคเอกชน และหน่วยงาน ภาครัฐ	K P I - O14	จำนวน	-	10	12	15	18	20	
ร้อยละรายได้ที่มหาวิทยาลัย ได้รับจากการดำเนินงาน ด้านบริการวิชาการผ่าน หน่วยธุรกิจ (Business Units) เพิ่มขึ้น	K P I - O15	ร้อยละ	-	5	10	15	20	20	
ยุทธศาสตร์ที่ 4: ส่งเสริมอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในศิลปวัฒนธรรม (Arts and Culture Enhancement)									
จำนวนผลิตภัณฑ์/บริการ เชิงวัฒนธรรมที่เกิดจากการ ต่อยอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น	KPI-S6	จำนวน ผลิตภัณฑ์	เป้า: 10 ผล: 32	20	20	20	20	20	ต้องทำให้ได้ 20 ผลิตภัณฑ์ทุกปี

ประเด็นยุทธศาสตร์ / ตัวชี้วัด (KPI)	รหัส	หน่วยนับ	ค่าฐาน ปี 2567	ค่า เป้าหมาย ปี 2569	ค่า เป้าหมาย ปี 2570	ค่า เป้าหมาย ปี 2571	ค่า เป้าหมาย ปี 2572	ค่า เป้าหมาย ปี 2573	หมายเหตุ
โดยมหาวิทยาลัย ที่สามารถ สร้างคุณค่าหรือมูลค่าใน ระดับประเทศหรือนานาชาติ									
จำนวนการเข้าเยี่ยมชม/เข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมในพื้นที่	K P I - O16	จำนวน	-	100	200	300	400	500	โดยนับผู้เข้าเยี่ยมชมทั้งหมดทั้งภายในและภายนอกจังหวัด/ประเทศ
ยุทธศาสตร์ที่ 5: บริหารจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน (Excellence and Sustainable Management)									
ระดับสมรรถนะของบุคลากรที่มีคุณภาพ (KSU PSF และสมรรถนะวิชาชีพ สายสนับสนุน)	KPI-S7	ระดับ	-	2:2	2:2	2:2	2:2	2:2	สายวิชาการใช้สมรรถนะ PSF และสายสนับสนุนใช้สมรรถนะ กพอ. โดยมีสมรรถนะมาตรฐานที่ระดับ 2
ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาบุคลากรและการบริหารอัตรากำลัง	K P I - O17	ระดับ	-	3	4	5	5	5	ระดับสูงสุดคือ 5 โดยออกแบบตัวชี้วัดแบบ Milestone

ประเด็นยุทธศาสตร์ / ตัวชี้วัด (KPI)	รหัส	หน่วยนับ	ค่าฐาน ปี 2567	ค่า เป้าหมาย ปี 2569	ค่า เป้าหมาย ปี 2570	ค่า เป้าหมาย ปี 2571	ค่า เป้าหมาย ปี 2572	ค่า เป้าหมาย ปี 2573	หมายเหตุ
ผลการประเมินคุณภาพการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยตามเกณฑ์ EdPEx	K P I - O18	คะแนน	เป้า: 250 ผล: 208	300	300	300	300	300	
ระดับความสำเร็จของการบริหารจัดการระบบสารสนเทศ	KPI-O19	ระดับ	-	3	4	5	5	5	ระดับสูงสุดคือ 5 โดยออกแบบตัวชี้วัดแบบ Milestone
ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA)	KPI-O20	คะแนน	เป้า: 90 ผล: 91.54	90	90	90	90	90	
ระดับความผูกพันองค์กรที่ดี (Engagement)	KPI-O21	ระดับ	-	3	4	5	5	5	ระดับสูงสุดเท่ากับ ระดับ 5
ระดับความสำเร็จของการบริหารสินทรัพย์และการจัดการพื้นที่	KPI-O22	ระดับ	-	3	4	5	5	5	ระดับสูงสุดเท่ากับ ระดับ 5

ภาคผนวก ฉ : แผนการรับนักศึกษาและแผนการพัฒนาหลักสูตร CWIE

ฉ.1 ตารางสรุปแผนการรับนักศึกษารายหลักสูตรและคณะ (พ.ศ. 2569-2573)

ตารางนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลแผนการรับนักศึกษาจากเอกสารแผนพัฒนากำลังคนของแต่ละคณะ ของมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ เพื่อแสดงให้เห็นภาพรวมจำนวนรับในแต่ละหลักสูตรตลอดระยะเวลา 5 ปี

คณะ	ระดับการศึกษา	ชื่อหลักสูตร/สาขาวิชา	ปี 2569	ปี 2570	ปี 2571	ปี 2572	ปี 2573	หมายเหตุ
คณะบริหารศาสตร์	ปริญญาตรี	บธ.บ. การจัดการ	50	50	50	50	50	ป.ตรี 25, เทียบโอน 15, ภาคพิเศษ 10
		บธ.บ. การจัดการ (โลจิสติกส์และอุปทาน)	50	50	50	50	-	ป.ตรี 25, เทียบโอน 25
		บธ.บ. การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (ปรับปรุง 2572)	-	-	-	-	50	
		บธ.บ. การจัดการการตลาด	45	45	45	45	45	ป.ตรี 30, เทียบโอน 15
		บัญชีบัณฑิต	70	70	70	70	70	ป.ตรี 30, เทียบโอน 40
		บธ.บ. คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	50	50	50	-	-	
		บธ.บ. คอมพิวเตอร์ธุรกิจ (ปรับปรุง 2572)	-	-	-	50	50	
		บธ.บ. นวัตกรรมธุรกิจการค้าสมัยใหม่	30	30	30	30	-	
		บธ.บ. นวัตกรรมธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (ปรับปรุง 2573)	-	-	-	-	30	
	ปริญญาโท	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ปรับปรุง)	15	15	15	15	15	ภาคพิเศษ 10, ภาคปกติ 5
		บธ.ม. นวัตกรรมธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (ป.ตรีควบโท)	-	10	10	10	10	หลักสูตรใหม่
		บัญชีมหาบัณฑิต	15	15	15	15	-	ภาคพิเศษ
	ปวส.	การจัดการ	-	-	-	-	-	งดรับตั้งแต่ปี 2569
		การบัญชี	25	-	-	-	-	
		การบัญชี (ปรับปรุง 2569)	-	25	25	25	25	
		เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล	-	-	-	-	-	งดรับตั้งแต่ปี 2569
	รวม		350	360	360	360	345	1,775

คณะเทคโนโลยีการเกษตร	ปริญญาตรี	วท.บ. สัตวศาสตร์ (ปรับปรุง 2571)	30	30	30	30	30	รอบปรับปรุงใหม่ 2570
		วท.บ. สัตวศาสตร์ (ต่อเนื่อง)	-	30	30	30	30	หลักสูตรใหม่ 2570
		วท.บ. เทคนิคการสัตวแพทย์และการพยาบาลสัตว์	-	40	40	40	40	หลักสูตรใหม่ 2570
		วท.บ. การเพาะเลี้ยงและธุรกิจสัตว์น้ำ (ปรับปรุง 2571)	30	30	30	30	30	
		วท.บ. เทคโนโลยีอาหารและการประกอบอาหาร (ปรับปรุง 2571)	30	30	30	30	30	
		วท.บ. เทคโนโลยีและนวัตกรรมอาหาร (ต่อเนื่อง) (ปรับปรุง 2571)	30	30	30	30	30	
		วท.บ. เทคโนโลยีการเกษตร (ปรับปรุง 2571)	15	15	15	15	15	
		วท.บ. พืชศาสตร์ (ปรับปรุง 2571)	30	30	30	30	30	
		วท.บ. เทคโนโลยีการผลิตพืช (ต่อเนื่อง) (ปรับปรุง 2571)	30	30	30	30	30	
	ปริญญาโท	วท.ม. สัตวศาสตร์	-	-	-	5	5	หลักสูตรใหม่ 2572
	ปริญญาเอก	ปร.ด. เทคโนโลยีการเกษตร	10	10	10	10	10	หลักสูตรใหม่ 2569
	ปวส.	การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (ปรับปรุง 2570)	30	30	30	30	30	
		สัตวศาสตร์ (ปรับปรุง 2570)	30	30	30	30	30	
		พืชศาสตร์	30	30	30	30	30	หลักสูตรใหม่ 2570
	รวม		295	365	365	370	370	1,765
คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	ปริญญาตรี	ว.ศ.บ. วิศวกรรมเกษตรอุตสาหกรรม	30	60	60	60	60	
		ว.ศ.บ. วิศวกรรมไฟฟ้า (ต่อเนื่อง)	50	50	50	50	50	
		ว.ศ.บ. วิศวกรรมโยธา	-	-	-	-	30	หลักสูตรใหม่ 2573
		ว.ศ.บ. วิศวกรรมเครื่องกล	60	60	60	60	60	
		ว.ศ.บ. วิศวกรรมเมคคาทรอนิกส์	60	60	60	60	60	
		ว.ศ.บ. วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	60	60	60	60	60	
		ว.ศ.บ. วิศวกรรมอุตสาหการ	60	60	60	60	60	

		วศ.บ. วิศวกรรมโลจิสติกส์	60	60	60	60	60	
		สถ.บ. นวัตกรรมการออกแบบ	30	60	60	60	60	
	ปริญญาโท	วศ.ม. วิศวกรรมประยุกต์	-	20	20	20	20	หลักสูตรใหม่ 2570
		วศ.ม. วิศวกรรมไฟฟ้า	-	-	-	-	20	หลักสูตรใหม่ 2573
	ปวส.	เทคนิคยานยนต์	30	30	30	30	30	
		ช่างกลโรงงาน	30	30	30	30	30	
		ไฟฟ้า	30	30	30	30	30	
	รวม		500	580	580	580	630	2,870
คณะศึกษาศาสตร์ และนวัตกรรมการศึกษา	ปริญญาตรี	ค.บ. นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ (รวม 12 วิชาเอก)	510	510	510	510	510	
	ปริญญาโท	ค.ม. นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้	30	30	30	30	30	
		ค.ม. การบริหารการศึกษา	30	30	30	30	30	
		ค.ม. หลักสูตรและการสอน	-	30	30	30	30	หลักสูตรใหม่ 2570
		ค.ม. คณิตศาสตร์ศึกษา	-	30	30	30	30	หลักสูตรใหม่ 2570
		ค.ม. คอมพิวเตอร์ศึกษา	-	-	30	30	30	หลักสูตรใหม่ 2571
	ปริญญาเอก	ค.ด. นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้	25	25	25	25	25	
		ค.ด. การบริหารการศึกษา	-	30	30	30	30	หลักสูตรใหม่ 2570
		ค.ด. คณิตศาสตร์ศึกษา	-	30	30	30	30	หลักสูตรใหม่ 2570
	ป.บัณฑิต	นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้	180	180	180	180	180	
	ป.บัณฑิต ชั้นสูง	นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้	120	120	120	120	120	
	รวม		895	1,015	1,045	1,045	1,045	5,045
คณะศิลปศาสตร์	ปริญญาตรี	ร.บ. รัฐศาสตร์	30	30	30	30	30	
		น.บ. นิติศาสตร์	30	30	30	30	30	
		รป.บ. รัฐประศาสนศาสตร์	30	30	30	30	30	
		นศ.บ. สื่อดิจิทัลคอนเทนต์	30	30	30	30	30	
		ดศ.บ. ดุริยางคศาสตร์	-	30	30	30	30	หลักสูตรใหม่ 2570
		ศศ.บ. ภาษาจีน	30	30	30	30	30	

		ศศ.บ. ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	30	30	30	30	30	
		ศศ.บ. การท่องเที่ยวและเรือสำราญ	30	30	30	30	30	
		ศศ.บ. พัฒนาสังคม	30	30	30	30	30	
	ปริญญาโท	รป.ม. การบริการการพัฒนา	30	30	30	30	30	
		ศศ.ม. มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์	15	15	15	15	15	หลักสูตรใหม่ 2569
	ปริญญาเอก	รป.ด. การบริการการพัฒนา	15	15	15	15	15	
		ปร.ด. มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์	15	15	15	15	15	หลักสูตรใหม่ 2569
	รวม		315	345	345	345	345	1,695
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสุขภาพ	ปริญญาตรี	ส.บ. สาธารณสุขศาสตร์	120	120	60	60	60	
		วท.บ.เทคโนโลยีสารสนเทศทางการแพทย์						
		- กลุ่มวิชาวิทยาการข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ทางการแพทย์	15	15	15	15	15	
		- กลุ่มวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางการแพทย์	15	15	15	15	15	
		วท.บ.						ปรับปรุงจาก วท.บ. อนามัยสิ่งแวดล้อม
		- วิชาเอกอนามัยสิ่งแวดล้อม	30	30	30	30	30	
		- วิชาเอกอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	30	30	30	30	30	
		วท.บ.เคมีผลิตภัณฑ์และจุลชีวอุตสาหกรรม	30	30	30	30	30	
		วท.บ.วิทยาศาสตร์การกีฬา	-	30	30	30	30	หลักสูตรใหม่
	ปริญญาโท	วท.ม.การจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ	15	15	15	15	15	
		วท.ม.การจัดการนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ	15	15	15	15	15	
		ส.ม. สาขาสาธารณสุขศาสตร์มหาบัณฑิต	15	15	15	15	15	หลักสูตรใหม่
	ปริญญาเอก	ปร.ด.การจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ	10	10	10	10	10	

		ปร.ด. การจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ	-	-	-	10	10	หลักสูตรใหม่
		ส.ด. สาธารณสุขศาสตร์	-	-	-	10	10	หลักสูตรใหม่
		รวม	295	325	265	285	285	1,455
คณะพยาบาลศาสตร์	ปริญญาตรี	พยาบาลศาสตรบัณฑิต	-	100	100	100	100	โครงการจัดตั้งใหม่

ฉ.2 ตารางสรุปแผนการพัฒนาหลักสูตร CWIE ของแต่ละคณะ

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
1. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สุขภาพ	1.วท.บ. เทคโนโลยีสารสนเทศทางการแพทย์ (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2566)	1. รูปแบบแบบแยก (SEPARATE) 2.การจัดการศึกษา - ปัจจุบัน (3 + 1) คือเรียน 3 ปี แล้วออกฝึก 1 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา - คุณธรรมจริยธรรม: มีจรรยาบรรณทางวิชาชีพ มีความมุ่งมั่นพัฒนา จิตอาสา มีวินัยตรงต่อเวลา แสดงหน้าที่ความรับผิดชอบต่อส่วนตัว ต่อสังคม และจริยธรรมที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการแพทย์ - ทักษะความรู้เชิงวิชาชีพ: มีความรู้ ความเข้าใจ พื้นฐานระบบ ระบบสารสนเทศ ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การพัฒนาซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการแพทย์ เพื่อแก้ปัญหาโจทย์เฉพาะด้านในอุตสาหกรรมเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมในวิชาชีพ - ทักษะการคิดวิเคราะห์: สามารถแยกแยะลักษณะของข้อมูล ความสัมพันธ์ วิเคราะห์ข้อมูล และใช้เครื่องมือที่เหมาะสม นำไปสู่การแก้โจทย์ปัญหาเฉพาะด้านได้ - ทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง: แสดงความสามารถในการเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิต โดยการค้นคว้าหาความรู้ใหม่และปรับปรุงทักษะวิชาชีพของตนเองให้ทันสมัยอยู่เสมอ - ทักษะการสื่อสารไทยและอังกฤษ: มีความสามารถในการสื่อสารและกระตุ้นให้ทีมเกิดความร่วมมือในการคิด การลงมือทำร่วมกัน รวมทั้งสามารถโน้มน้าวและประสานความขัดแย้งที่เกิดขึ้นได้	1. บริษัท เอ็มเอฟอีซี จำกัด (มหาชน) (MFECPublic Company Limited) 2. ซีดีจี กรุ๊ป (CDG Group) 3. บริษัท ยิบอินซอย จำกัด (Yip In Tsoi & Co. Limited) 4. บริษัท ดาต้าโปร คอมพิวเตอร์ ซิสเต็มส์ จำกัด (Datapro Computer Systems Co., Ltd.) 5. บริษัท วันลิงก์ เทคโนโลยี จำกัด (Onelink Technology Co.,Ltd.) 6. บริษัท จีเอเบิล จำกัด (G-ABLE Co.,Ltd.) 7. บริษัท ดาต้าวัน เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด (Dataone Asia (Thailand) Co.,Ltd) 8. บริษัท โปรเฟสชั่นแนลคอมพิวเตอร์ จำกัด (Professional Computer Co.,Ltd) 9. บริษัท เอ็นทีที โซลูชันส์ (ประเทศไทย) จำกัด (NTT Solutions (Thailand) Limited) 10. บริษัท ไอบีเอ็ม ประเทศไทย จำกัด (IBM Thailand Co., Ltd.) 11. บริษัท ไอทีวัน จำกัด (IT One Co., Ltd.) 12. บริษัท ซิมโฟนี คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (Symphony Communication Public Company Limited) 13. บริษัท google ลิงค์โปร

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
	2. วท.บ. อนามัยสิ่งแวดล้อม (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2567) ปรับปรุงเป็น วท.บ. วิทยาศาสตร์บัณฑิต (หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2569) • วิชาเอกอนามัยสิ่งแวดล้อม • วิชาเอกอาชีวอนามัยและความปลอดภัย	1. รูปแบบแยก (SEPARATE) 2. การจัดการศึกษา - ปัจจุบัน (3.5 + 0.5) - ปรับเป็น (3 + 1) คือเรียน 3 ปี แล้วออกฝึก 1 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา - อธิบายองค์ความรู้และหลักการพื้นฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมและศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้องได้ - ปฏิบัติงานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมโดยใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ ปฏิบัติหน้าที่ควบคุมและอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม - วิเคราะห์ผลในงานอนามัยสิ่งแวดล้อมตามเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อมประเทศไทยและต่างประเทศ - ออกแบบกระบวนการและเทคโนโลยีในการควบคุมสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อมประเทศไทยและต่างประเทศ - มีทักษะในการบูรณาการและประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนางานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมในการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริงได้ตามมาตรฐานคุณภาพสิ่งแวดล้อมประเทศไทยและต่างประเทศ - ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการวิเคราะห์เชิงตัวเลขในการปฏิบัติงานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม	1. บริษัท แป้งมันท์กาฬสินธุ์ จำกัด 2. บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) สาขากาฬสินธุ์ 3. โรงพยาบาลกาฬสินธุ์ 4. บริษัท ไพรม์ เบฟเวอเรจ จำกัด 5. บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด สาขาขอนแก่น 6. บริษัท มหาสารคาม เบเวอเรจ จำกัด (ผลิตน้ำดื่มสิงห์) 7. บริษัท เอเชียโมดิไฟด์สตาร์ช จำกัด จังหวัดกาฬสินธุ์ 8. สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดกาฬสินธุ์ 9. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกาฬสินธุ์

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		- มีทักษะในการสืบค้นข้อมูล วิเคราะห์ และเลือก เชื่อถือข้อมูลในการปฏิบัติด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม - สามารถสื่อสารภาษาไทย และภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานทางอนามัยสิ่งแวดล้อม - สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามบทบาท และหน้าที่ของนักอนามัยสิ่งแวดล้อมได้ และยอมรับในความแตกต่างระหว่างบุคคล ปฏิบัติงาน โดยยึดหลักคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ	

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
2.คณะ วิศวกรรมศาสตร์ และเทคโนโลยี อุตสาหกรรม	1. สด.บ.นวัตกรรมการ ออกแบบ	1. รูปแบบ แบบแยก (SEPARATE) 2.การจัดการศึกษา - ปัจจุบัน (3 + 1) - ปรับเป็น (3 + 1) คือเรียน 3 ปี แล้วออกฝึกประสบการณ์ 1 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา -สามารถอธิบายการใช้งานซอฟต์แวร์พื้นฐานด้าน การออกแบบ และวิเคราะห์ความต้องการของ ผู้บริโภคเพื่อประยุกต์ใช้งานซอฟต์แวร์สู่การ ออกแบบ และการนำเสนองาน การเจรจาต่อรอง อย่างมีคุณธรรม มีวินัย มีจิตสาธารณะ และมี จรรยาบรรณทางวิชาชีพด้านการออกแบบ -สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้ หลากหลาย โดยใช้ความคิดการออกแบบเชิง นวัตกรรม ที่นำทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา มาต่อ ยอด -สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ ตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคม แก้ปัญหา และกล้าตัดสินใจ -สามารถทำงานเป็นทีม ยึดหยุ่นด้านความคิด รอบ รู้และปรับตัวต่อสถานการณ์ทั้งด้านทัศนคติ ความรู้ และอารมณ์	เน้นสถานประกอบการด้านสถาปัตยกรรม ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ มีเดียแอนิเมชัน ภาพยนต์ ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการทำความร่วมมือ (MOU): 1. บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน): เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผลิตเครื่องประดับ 2. บริษัท เคียร่า เซปี้ จำกัด: ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการ ออกแบบและผลิตเฟอร์นิเจอร์ 3. บริษัท ออลไอดี สตูดิโอ จำกัด: ให้บริการด้านการ ออกแบบและผลิตสื่อครบวงจร 4. บริษัท ฌักมาร์ แพ็กเกจจิ้ง จำกัด: เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ 5. บริษัท แพลนครีเอชันส์ จำกัด: ผู้ผลิตของเล่นไม้และ ผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาที่เน้นการออกแบบอย่างยั่งยืน 6. บริษัท วิธิตา แอนิเมชัน จำกัด: สตูดิโอผลิตการ์ตูน แอนิเมชันชั้นนำของไทย 7. บริษัท เอนทร์สท์ ไอเดีย จำกัด: ให้บริการออกแบบ บรรจุภัณฑ์และพัฒนาแบรนด์ 8. บริษัท จีเนติก ออแกไนเซอร์ จำกัด (แนว event + organize) GENETIC ORGANIZER CO.,LTD.168/95 หมู่บ้าน เซนโทร พระราม 9-กรุงเทพฯกรีฑา ถนนพัฒนา ชนบท 3 แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
			9. บริษัท ทีมครีเอชั่น จำกัด (แนว event + organize)TEAMCREATION CO., LTD.59/14 หมู่ที่ 4 ตำบลคลองสอง อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 10. บริษัท ไอ-อีเวนท์ จำกัด (แนว event + organize)I-EVENT COMPANY LIMITED67/86 ซอย ประชาสุข ถนนประชาชื่น แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800 11. บริษัท มาสเตอร์พีซ ออร์กาไนเซอร์ จำกัด (แนว event + organize)MASTERPIECE ORGANIZER COMPANY LIMITED3 ซอยนาคนิวาส 39 ถนนนาคนิวาส แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230 12. บริษัท ดิจิมัสเกตเทียส์ จำกัด (แนว event + organize)DIGIMUSKETEERS COMPANY LIMITED555, อาคาร รสา ทาวเวอร์, ชั้น 28, ห้อง 2802, ถนน พหลโยธิน, แขวงจตุจักร, เขตจตุจักร, กรุงเทพมหานคร 10900 13. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานใหญ่) (แนว event + organize)1600 ถ.เพชรบุรี แขวง มักกะสัน เขตราชเทวีกรุงเทพฯ 10400 ประเทศไทย 14. บริษัท แอล.พี.เอ็น. ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด (มหาชน) (แนวทำแบบนำเสนอทางสถาปัตยกรรม ขึ้น Model 3 มิติ และ การทำภาพ Visualization ด้วย

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
			โปรแกรมต่างๆ) 1168/109 ชั้น 36 อาคารลุมพินีทาวเวอร์ ถ. พระราม 4 แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 15. บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)(แนวทำแบบนำเสนอทางสถาปัตยกรรม ขึ้น Model 3 มิติ และ การทำภาพ Visualization ด้วยโปรแกรมต่างๆ) LAND AND HOUSE PUBLIC COMPANY LIMITED1 อาคาร คิว.เฮ้าส์ ลุมพินี ชั้น 37 ถนนสาทรใต้ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120 16. บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)(แนวทำแบบนำเสนอทางสถาปัตยกรรม ขึ้น Model 3 มิติ และ การทำภาพ Visualization ด้วยโปรแกรมต่างๆ) PREUKSA REAL ESTATE PUBLIC COMPANY LIMITED1177 อาคารเฟิร์ล แบงก์ค็อก ชั้นที่ 23 ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 17. บริษัท เดอะ 101 จำกัด (ทำ environment graphic design for architecture ทำป้ายภายนอก+ภายในอาคาร)The101.co.th595 ถนนลาดพร้าว ซอย 1/1 แขวงจอมพลเขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900 18. บริษัท ออคโทปัส มีเดีย โซลูชันส์ จำกัด(ทำ environment graphic design for architecture

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
			ทำป้าย ภายนอก+ภายในอาคาร)octopus.co.th18/1 รามอินทรา 23 ถนนสุขุมวิท บางเขน กทม. 10220 19. บริษัท พี.ยู. ซายน์ จำกัด(ทำ environment graphic design for architecture ทำป้าย ภายนอก+ภายในอาคาร)P.U. Sign Co., Ltd134, 136 ซอยเฉลิมพระเกียรติ ร.9 ซอย83 แขวงประเวศ เขตประเวศ กทม. 10250 20. Brother & Sister advertising(ทำ environment graphic design for architecture ทำป้าย ภายนอก+ภายในอาคาร)55/15-16 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองเจ็ด อำเภอลำลูกเกด จังหวัดปทุมธานี 12120
	2. วศ.บ.เมคคาทรอนิกส์	1. รูปแบบ แบบแยก (SEPARATE) 2.การจัดการศึกษา - ปัจจุบัน (3+0.5) สหกิจศึกษา - ปรับเป็น (3+1) คือเรียน 3 ปี แล้วออกฝึก ประสบการณ์ 1 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา - ทักษะด้านการออกแบบและการพัฒนา สามารถออกแบบ พัฒนา และประยุกต์ใช้ระบบ อัตโนมัติ หุ่นยนต์ และเครื่องจักรกลอัจฉริยะ โดย ใช้ซอฟต์แวร์เขียนแบบ ซอฟต์แวร์ควบคุม และ เครื่องมือวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสม	เน้นสถานประกอบการในประเทศ ด้านระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ และสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง อื่นๆ เน้นสถานประกอบการในประเทศ ด้านระบบ Automations, Robotic และสถานประกอบการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องด้านวิศวกรรมเมคคาทรอนิกส์ 1.บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) เลขที่ 218 หมู่ 4 ซอย ตำบลไผ่ อำเภอมะนัง จังหวัด กาฬสินธุ์ 46000 2.บริษัท ดี.ดี.ดี.อโต้ จำกัด เลขที่ 9/1-2 หมู่ 5 ตำบล คลองสอง อำเภอลำลูกเกด จังหวัดปทุมธานี 12120

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
			3.บริษัท ขอนแก่น บริวเวอรี่ จำกัด เลขที่ 333 หมู่ 19 ถนน 208 (ขอนแก่น- มหาสารคาม ต.ท่าพระ อำเภอเมืองขอนแก่น ขอนแก่น 40260 4.บริษัท นิยงเช็กไทย จำกัด เลขที่ 1/77 หมู่ 5 ตำบลคานหาม อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210 5.บริษัท แมกเนคอมพ์ พรินซ์ชั่น เทคโนโลยี จำกัด (มหาชน) เลขที่ 162 ถนนพหลโยธิน ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000 6.บริษัท อีคาริเทค (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 18 หมู่ 5 ตำบลอุทัย อำเภออุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13210 7.บริษัท พุจิคุระ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 101/2 หมู่ 20 ถนนพหลโยธิน ตำบล คลองหนึ่ง อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 8.บริษัท อีสานไบโอเพาเวอร์ จำกัด เลขที่ 99 ถนน วั่งสามหมอ-คำม่วง ตำบล สำราญ อำเภอ สามชัย จังหวัดกาฬสินธุ์ 46180 9.บริษัท ซีพีแรม จำกัด สำนักงานใหญ่ 177 หมู่ 4 ถนนปทุมธานี-ลาดหลุมแก้ว ตำบลระแหง อำเภอลาดหลุมแก้ว จังหวัดปทุมธานี 12140 10.บริษัท น้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ จำกัด เลขที่ 99 หมู่ 1 ถนนบัวขาว - โพนทอง

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
			ตำบลสมสะอาด อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ 46110 11.บริษัท ยูเอสบี.โพล-ไลน์ จำกัด 111 หมู่9 ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก ปทุมธานี 12160 12.บริษัท เอสเอ็มซี (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 134/6 ถนนติวานนท์ ตำบลบางกะดี อำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี 12000 13.บริษัท น้ำตาลเกษตรผล จำกัด 9 หมู่ 9 ต.ปะโค อ.กุ่มกาวปี จ.อุดรธานี 41370
	3. วศ.บ.วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	1. รูปแบบแบบแยก (SEPARATE) 2.การจัดการศึกษา - ปัจจุบัน 3+ 0.5 (1 เทอม สหกิจ) - ปรับเป็น 3+1 (1 ปี สหกิจ + ฝึกประสบการณ์) 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา - Embedded Systems & IoT ออกแบบวงจรและเฟิร์มแวร์บนบอร์ดมาตรฐาน เพื่อเชื่อมต่อเซ็นเซอร์และสื่อสารในเครือข่ายอุตสาหกรรมทางด้าน	เน้นสถานประกอบการในประเทศ ด้านระบบสมองกลฝังตัว ปัญญาประดิษฐ์ ความมั่นคงทาง cyber ทางด้าน Data and AI NECTEC-NSTDA (ศูนย์วิจัยด้านดิจิทัลของประเทศ) DEPA (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล) — โครงการ Sandbox/Matching ภาคอุตสาหกรรม กลุ่มธนาคาร KBTG (Kasikorn Business-Technology Group) / SCB TechX / Krungsri AI/Data Platform MLOps, ระบบภาคการเงิน ภาครัฐวิสาหกิจ PTT Digital / EGAT IT Center — โครงการ AI/Analytics ทางด้าน IoT and Embedded System บริษัท IRPC, PTT Global Chemical SCG Chemicals

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		-Software Engineering เขียนโปรแกรมเชิงระบบ (C/C++/Python), ใช้ Git ควบคุมเวอร์ชัน และ เข้าใจกระบวนการทดสอบอัตโนมัติ (CI/CD) -Data & AI จัดการข้อมูล ประยุกต์ใช้โมเดล Machine Learning/Deep Learning พื้นฐาน และนำไปใช้งานจริงในระดับเริ่มต้น - Cybersecurity Basics เข้าใจหลักความมั่นคงปลอดภัยของระบบเครือข่าย, การเขียนโค้ดที่ปลอดภัย และการรับมือเหตุการณ์เบื้องต้น - Cloud & DevOps ใช้งานบริการคลาวด์, คอนเทนเนอร์ (Docker) และเครื่องมือสำหรับติดตามการทำงานของระบบ - Professional Skills สามารถสื่อสาร ทำงานร่วมกับผู้อื่น จัดการเวลา และจัดทำเอกสาร/นำเสนอผลงานทางเทคนิคได้	(EEC/ระยอง-ชลบุรี-ฉะเชิงเทรา) โครงการดิจิทัลในโรงงาน IoT และระบบเฝ้าระวัง GRAVITECH THAI (THAILAND) CO.,LTD บริษัท กราวิเทคไทย (ไทยแลนด์) จำกัด นิคมอุตสาหกรรมนวนคร 56/17 หมู่ที่ 20 ต.คลองหนึ่ง อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120 ทางด้าน Cybersecurity และ เครือข่าย National Telecom (NT) / CAT/ TOT เดิม — โครงข่ายและศูนย์ SOC ภาคเอกชนด้านความปลอดภัย Cisco Systems (Thailand), Fortinet (Thailand), Palo Alto Networks (Thailand), ACIS Professional Center (อบรม/ที่ปรึกษา)

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
3.คณะศิลปศาสตร์	1.หลักสูตร ดุริยางคศาสตร์	1. รูปแบบ SEPARATE 2.การจัดการศึกษา หลักสูตร 3.5 + CWIE 0.5 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา 3.1 ความรู้เชิงบูรณาการด้านดนตรีพื้นเมือง ดนตรีสากล ธุรกิจและอุตสาหกรรมดนตรี (Music Industry & Business Integration) 3.2 ทักษะการปฏิบัติ/สร้างสรรค์ดนตรีระดับสูงบนฐาน เทคโนโลยีดิจิทัล (Advanced Digital Music Craftsmanship) 3.3 การเคารพทรัพย์สินทางปัญญาและความรับผิดชอบ ในงานสร้างสรรค์ (Intellectual Property & Creative Accountability) 3.4 ความคิดสร้างสรรค์ด้านดนตรีเชิงนวัตกรรมและ การปรับตัวอย่างต่อเนื่อง (Innovative Creativity & Continuous Adaptability)	1. คณะหมอลำศิลปินภูไท 2. GMM Grammy (GMM Music, GENELAB, GMM Gold) 3. BEC-TERO Music 4. Loveis Entertainment 5. Whattheduck 6. ไททองคำ 7. บริษัท ลิขสิทธิ์ดนตรี (ประเทศไทย) จำกัด 8. ไหมไทย ใจตะวัน 9. รัตนศิลป์อินตาไทยราษฎร์ 10. ระเบียบวาทะศิลป์ 11. สาวน้อยเพชรบ้านแพง
	2.หลักสูตรภาษาจีน	1. รูปแบบ SEPARATE 2.การจัดการศึกษา 3+1 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา 3.1 สื่อสารภาษาจีนเทียบเท่า HSK ระดับ 4 ขึ้นไป	ธนาคารไอซีบีซี (ICBC) 2. China Eastern Airlines 3. Anji-Nyk Logistics 4. TAIFILLA 5. บริษัท ทีซีแอล อิเล็กทรอนิกส์ (ไทยแลนด์) จำกัด

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		3.2 สื่อสารข้ามวัฒนธรรม เข้าใจบริบททางสังคม และ ธรรมเนียมปฏิบัติทางธุรกิจของจีน 3.3 มีความรู้ภาษาจีนเฉพาะทาง: สามารถเลือกใช้ คำศัพท์ โครงสร้างประโยค และรูปแบบการสื่อสารที่ เหมาะสมกับสายงานการโรงแรมและการท่องเที่ยว, การค้าระหว่างประเทศ, การล่าม, หรือการสอน ภาษาจีน 3.4 สามารถวิเคราะห์ วางแผน ทำงานเป็นทีมและ ประยุกต์ใช้ทักษะทางด้านวิชาชีพ บูรณาการข้ามศาสตร์ และใช้ภาษาจีนเพื่อปฏิบัติงานในสถานประกอบการได้	6. บริษัท สกายเวิร์ท อีเล็กทรอนิกส์ (ประเทศ ไทย) จำกัด 7. บริษัท Focus Media (Thailand) 8. สายการบินสปริงแอร์ไลน์ 9. ไทเจีย อินเทอร์เน็ตช้อปปิ้ง 10. Huawei 11. แฟรช 12. โรงแรมมีเลีย เกาะสมุย 13. Amanta Hotel ห้วยขวาง 14. Neo glass and trading นีโอ กลาส แอนด์ เทรดดิ้ง
	3.หลักสูตรสื่อดิจิทัล คอนเทนต์	1.รูปแบบ แบบแยก (SEPARATE) 2.การจัดการศึกษา - ปัจจุบัน (3 +0.5) - ปรับเป็น (2.5 +1) คือเรียน 2 ปีครึ่ง CWIE 1 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อ สำเร็จการศึกษา - สามารถเป็นนักสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาดิจิทัลคอน เทนต์ข้ามแพลตฟอร์มได้ และมีความพร้อมสำหรับการ เป็นผู้ประกอบการ - สามารถวิเคราะห์ วางแผน ทำงานเป็นทีมและ ประยุกต์ใช้ทักษะทางด้านวิชาชีพ บูรณาการข้ามศาสตร์ ผลิตสื่อได้หลากหลายอย่างมืออาชีพ เพื่อการพัฒนา ท้องถิ่น และสถานประกอบการได้	1. สถานีโทรทัศน์ Thai PBS 2. สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 2. บริษัท Work Point จำกัด 3. อีสานบิซ (สื่อท้องถิ่นอีสาน) 5. สถานีโทรทัศน์ NBT จ.ขอนแก่น (สื่อมวลชน ของรัฐ) 6. Soisah Production (บริษัทด้านการผลิตสื่อ จาก สปป.ลาว) 7. บริษัท ลาว นิวเวฟ (บริษัทด้านการผลิตสื่อและ ภาพยนตร์ จาก สปป.ลาว) 8. บริษัท แช่วแห่งโปรดักชั่น (บริษัทด้านการผลิต สื่อและภาพยนตร์ จาก สปป.ลาว) 9. บริษัท บาแรมยู จำกัด (ด้านภาพยนตร์)

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		- สามารถเป็นนักสื่อสารดิจิทัลคอนเทนต์อย่างมืออาชีพพร้อมทำงาน ตามหลักจริยธรรม จรรยาบรรณวิชาชีพ	10. บริษัทนัดหนัง จำกัด (ด้านภาพยนตร์) 11. บริษัท เฟลโล่แบทเทอร์ จำกัด (ด้านภาพยนตร์) 12. สมาคมผู้สื่อข่าว ไทย – จีน 13. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) สาขาภาคอีสานตอนกลาง 14. สำนักงานกองทุนสนับสนุนสร้างเสริมสุขภาพ สสส. 15. สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย 16. ประชาสัมพันธ์จังหวัดกาฬสินธุ์ 17. ประชาสัมพันธ์จังหวัดอุดรธานี
	4.หลักสูตรการท่องเที่ยวและเรือสำราญ	1. รูปแบบ PARALLEL 2.การจัดการศึกษา 2+1.5 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา 3.1 มีทักษะในการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการได้ 3.2 สามารถปฏิบัติงานนำเที่ยวได้ 3.3 สามารถให้บริการอาหารและเครื่องดื่มตามมาตรฐานพนักงานให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในภัตตาคาร ระดับที่ 1 ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน 3.4 มีทักษะการประกอบอาหารไทย และอาหารนานาชาติได้	1.สมาคมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภาพลัทธิ 2.ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรมที่พัก 3.พิพิธภัณฑสถาน 4.โรงแรมริมปาว 5.ร้านอาหารโฮมสุข 6.ร้านอาหารบ้านโฮม 7.โนราบุรี รีสอร์ท แอนด์ สปา เกาะสมุย 8.โรงแรมดุสิตธานี กระบี่ บีช รีสอร์ท 9.ไฮแอทเฟลส กรุงเทพ สุขุมวิท 10.โรงแรมมंदาราวา รีสอร์ท แอนด์ สปา 11.ป่าตอง พาราไดซ์ รีสอร์ท แอนด์ สปา 12.แคปราชะ ศรีราชา ชลบุรี 13.สายการบินไทยแอร์เอเชีย

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		3.5 สามารถนำองค์ความรู้ ประสบการณ์ไปร่วมพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวได้ใน การสร้างสรรคกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งห่วงโซ่อุปทาน	14.ตำรวจท่องเที่ยว 15.อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ 16.อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา 17.สวนนกนุช พัทยา 18.ภูเก็ต แฟนตาซี
	5.หลักสูตรภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ	1. รูปแบบ SEPARATE 2.การจัดการศึกษา 3+1 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา 3.1 ความรู้เชิงบริบทและศัพท์เฉพาะทางธุรกิจระหว่างประเทศ (Contextual Knowledge of International Business & Jargon) 3.2 ทักษะการเจรจาต่อรองและการโน้มน้าวใจเชิงกลยุทธ์ (Strategic Negotiation and Persuasion Skills) 3.3 การรักษาความลับทางธุรกิจและความเที่ยงตรงของข้อมูล (Business Confidentiality and Data Integrity) 3.4 ความเป็นมืออาชีพและทักษะการปรับตัวในสภาพแวดล้อมพหุวัฒนธรรมในระดับสากล (Professionalism and Intercultural Adaptability)	กลุ่มสายการบิน บริษัท ไทย ไลอ้อน เมนทารี จำกัด บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (ทอท.) กลุ่มที่พักและโรงแรม โรงแรมริมปาว โรงแรม อวานี ขอนแก่น โฮเทล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ โรงแรม แอดลิป ขอนแก่น โรงแรม พูลแมน ขอนแก่น โรงแรม เดอะ สเปซ เกาะช้าง โรงแรม Centara Grand Beach Resort Phuket โรงแรม Centara Karon Resort Phuket Hotel โรงแรม Novotel Phuket Karon Beach Resort & Spa โรงแรมเมอเวนพิก สยาม นาจอมเทียน พัทยา โรงแรมรอยัล ออคิต เซอรادتน์ ริเวอร์ไซด์ กรุงเทพฯ

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
			กลุ่มจัดงานอีเว้นท์ Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC) IMPACT Arena Exhibition and Convention Center กลุ่มวารสารและสำนักพิมพ์ บริษัท กรังด์ปรีซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) บริษัท ศิริวัฒนา อินเตอร์พรีนท์ จำกัด มหาชน บริษัท ไฮเบอร์พรีนท์กรุ๊ป จำกัด บริษัท แพลน พรินต์ติ้ง จำกัด (Plan Printing Co., Ltd.)

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
4. คณะบริหาร ศาสตร์	1.บธ.บ.การจัดการ การตลาด	1. รูปแบบ แบบแยก (SEPARATE) 2.การจัดการศึกษา 3 + 0.5 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา PLO1 สามารถบูรณาการความรู้ทางสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ หรือวิทยาศาสตร์ ในการวิเคราะห์และ เสนอแนวทางแก้ไขปัญหาทางสังคม เศรษฐกิจ หรือ สิ่งแวดล้อมได้ PLO2 แสดงออกถึงความมีระเบียบวินัย มีความ รับผิดชอบ เคารพกฎกติกาของสังคมและอยู่ร่วมกับคน อื่นในสังคมได้ PLO3 สามารถประยุกต์ใช้ทฤษฎี หลักการ ความรู้ พื้นฐาน และแนวคิดในการบริหารธุรกิจให้เหมาะสมกับ ลักษณะของธุรกิจได้ PLO4 สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สารสนเทศ และซอฟต์แวร์ทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจ ได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร PLO5 สามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เหมาะสม กับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ PLO6 สามารถกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ได้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ PLO7 สามารถประยุกต์ใช้เครื่องมือและช่องทาง การตลาดดิจิทัลเพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้ เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ	- บริษัท ซีพี รีเทลลิงค์ จำกัด - บริษัท ไทยน้ำทิพย์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน) - บริษัท อาซิฟา จำกัด (มหาชน) - เครือเซนท์ลักซ์

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		PLO8 สามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย PLO9 สามารถจัดทำแผนการตลาดได้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ PLO10 สามารถปฏิบัติการวิจัยทางการตลาดโดยคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาชุมชนหรือธุรกิจได้ PLO11 ปฏิบัติงานในองค์กรภาครัฐหรือเอกชน ด้วยความอดทน ยอมรับความคิดเห็นของคนอื่น อยู่ร่วมและเคารพความหลากหลายของผู้อื่น	
	2.บธ.บ.การจัดการ การโลจิสติกส์	1. รูปแบบ แบบผสม (MIX) 2.การจัดการศึกษา 3 + 0.5 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา PLO1 ใช้หลักการ แนวคิด และทฤษฎีทางด้านบริหารธุรกิจในการบริหารจัดการองค์กรได้ PLO2 เลือกใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สารสนเทศ และซอฟต์แวร์ทางธุรกิจ ในกระบวนการทำงานขององค์กรให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของสถานประกอบการได้ PLO3 ประยุกต์ใช้ทฤษฎีหลักการความรู้การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	1) บริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน) 2) โรงงานอุตสาหกรรมน้ำตาลอีสาน 3) บริษัท เอเชียโมดิไฟด์สตาร์ช จำกัด

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		PLO4 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ในการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร PLO5 บริหารจัดการโครงการและงบประมาณโดยใช้องค์ความรู้ด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน PLO6 บูรณาการความรู้ด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ	
	3.บธ.บ.คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	1. รูปแบบแบบแยก (SEPARATE) 2.การจัดการศึกษา 2.5 + 1.5 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา PLO1 ประยุกต์ใช้ทฤษฎี หลักการ ความรู้พื้นฐานและแนวคิด ในการบริหารธุรกิจให้เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจได้ PLO2 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สารสนเทศและซอฟต์แวร์ทางธุรกิจ ที่สอดคล้องกับกระบวนการทำงานขององค์กร PLO3 ประยุกต์ใช้ความรู้ในการพัฒนานวัตกรรมดิจิทัลที่สอดคล้องกับกระบวนการทำงานขององค์กร PLO4 ระบุปัญหา ลำดับความสำคัญของปัญหาและหาแนวทางการแก้ไขปัญหา ในกระบวนการทำงานขององค์กร	1.CWIE บริษัท แลนด์ไค้ ฮักซ์ จำกัด 2.CWIE บริษัท ศาเลแดง จำกัด 3.CWIE บริษัท Focomm-Thailand-Company จำกัด 4.บริษัท บอห์นอยคอนซัลตัง จำกัด 5.บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน) 6.บริษัท จีเอเบิล จำกัด (มหาชน) 7.บริษัท ไอแอป จำกัด (iApp) 8.ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		PLO5 สื่อสาร นำเสนอผลงาน ได้อย่างเหมาะสมและตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ PLO6 แสดงออกถึงการมีความรับผิดชอบ ตรงต่อเวลา และการทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้ PLO7 อธิบายผลกระทบของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่อบุคคล องค์กร สังคม สิ่งแวดล้อม PLO8 สืบค้นองค์ความรู้เพื่อพัฒนาทักษะวิชาชีพของตนเองให้ทันสมัยอยู่เสมอ	
	4. บธ.บ.การจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่	1. รูปแบบ แบบคู่ขนาน (PARALLEL) 2.การจัดการศึกษา 1 ปี 6 เดือน CPALL/แล้วอีก 1 ปีไป จีน หรือบริษัทในประเทศ 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา PLO 1 : ประยุกต์ใช้องค์ความรู้และเครื่องมือในการบริหารนวัตกรรมจัดการธุรกิจ และจัดการความเสี่ยงอย่างรอบคอบ ออกแบบ วางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ โดยใช้ฐานคิดของการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม PLO 2 : ปฏิบัติตนอย่างมีวินัย มีความรับผิดชอบต่อชีวิตสุจริต มีจิตสาธารณะและปฏิบัติ ตามกฎเกณฑ์ขององค์กร ชุมชน และสังคม PLO 3 : วิเคราะห์สถานการณ์และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ ตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณ แสดงออกถึงการมี	บริษัท CPALL จำกัด มหาชน/ อีก 1 ปีไป 1.จีน ม.เหลียวหนิง มณฑลเสฉวน Work based learning (คณะ IT /บริหารธุรกิจ/ การศึกษานานาชาติ) 2. บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด 3. สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน)

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม และสามารถนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่แตกต่างได้ PLO 4 : ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์ผลงาน พัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ทางธุรกิจ นำเสนอและเผยแพร่ผลงานได้หลากหลายรูปแบบ ในการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจ PLO 5 : บริหารจัดการลูกค้า การขาย เจรจาต่อรอง และประยุกต์ใช้นวัตกรรมบริการอย่างมืออาชีพ ทั้งรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าด้วยความใส่ใจ PLO 6 : ใฝ่รู้ ใฝ่เรียน แสวงหาความรู้ด้วยตนเองอย่างสม่ำเสมอ และสร้างสมดุลให้ชีวิตและการทำงานได้อย่างเหมาะสม	
	5.บธ.บ.การจัดการ	1. รูปแบบแบบแยก (SEPARATE) 2.การจัดการศึกษา 3 + 0.5 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา 1. วางแผน จัดการ และควบคุมงานด้านธุรกิจและการจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2.ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการสนับสนุนงานบริหารธุรกิจ เช่น การจัดการข้อมูลลูกค้า ระบบบัญชีพื้นฐาน และการตลาดออนไลน์	1.บริษัท แลนด์โก้ ฮักซ์ จำกัด 2.บริษัท Focomm-Thailand-Company จำกัด 3.บริษัท ศรีไทยซูเปอร์แวร์ จำกัด (มหาชน)

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		3.แก้ไขปัญหาและตัดสินใจเชิงธุรกิจได้อย่างมีระบบโดยใช้ข้อมูลประกอบ 4.มีทักษะในการสื่อสาร ทำงานร่วมกับผู้อื่น และมีความเป็นผู้นำ 5.มีความรู้พื้นฐานในการเริ่มต้นธุรกิจขนาดเล็กหรือ Startup 5.ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจและเทคโนโลยีได้อย่างยั่งยืน	
	6.บช.บ. การบัญชี	1. รูปแบบแบบแยก (SEPARATE) 2.การจัดการศึกษา 3 + 0.5 ปี 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา 1.มีความสามารถปฏิบัติงานในวิชาชีพบัญชีด้านต่าง ๆ ตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543 ข้อกำหนดของสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง 2.มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์สุจริต ความสำนึกในจรรยาบรรณวิชาชีพ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม การปฏิบัติตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนธำรงรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทย 3.มีทักษะในการประกอบวิชาชีพบัญชีอย่างมืออาชีพ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถเชิงเทคนิคที่จะประยุกต์	1.บริษัท ศาลาแดง จำกัด 2.บริษัท Focomm-Thailand-Company จำกัด

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		ความรู้ทางวิชาชีพในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานสากลที่กำหนดไว้ 4.มีทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัล มีสมรรถนะในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสื่อสาร การปฏิบัติงาน และการทำงานร่วมกัน หรือใช้เพื่อพัฒนากระบวนการทำงาน หรือระบบงานในวิชาชีพให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ 5.มีทักษะในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องมีทักษะการจัดการกับปัญหา ทักษะการจัดการตัวเองกับสภาพสังคม และทักษะการเข้าสังคมและอารมณ์ ตลอดจนการดำรงชีพ เพื่อประโยชน์ต่อตนเองและส่วนรวม	

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
5.คณะ เทคโนโลยีการเกษตร	1.วท.บ.เกษตรอัจฉริยะ	1. รูปแบบ แบบแยก Separate 2.การจัดการศึกษา เรียน 2 ปี ในมหาวิทยาลัย อีก 2 ปี ฝึกประสบการณ์อาชีพในสถานประกอบการ ทางการเกษตร 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา 1. ด้านความรู้และทฤษฎีประยุกต์ (Applied Knowledge and Theory) - มีความรู้ความเข้าใจลึกซึ้งในศาสตร์การผลิตพืชและสัตว์ ปฐพีวิทยา และการจัดการฟาร์มแบบครบวงจร - เข้าใจหลักการทำงานและประโยชน์ของเทคโนโลยี Internet of Things (IoT), ระบบเซ็นเซอร์, ระบบอัตโนมัติ, โดรนเพื่อการเกษตร, และปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต - มีความสามารถในการรวบรวม จัดการ และวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ทางทางการเกษตร เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างมีหลักการ - เข้าใจระบบนิเวศของธุรกิจเกษตร การตลาด การจัดการโซ่อุปทาน รวมถึงมาตรฐานการผลิตสากล (GAP, GMP) และแนวคิดการเกษตรแบบยั่งยืน 2. ด้านทักษะและปฏิบัติการ (Skills and Practices)	1. บริษัทเบทาโกรอุตสาหกรรม จำกัดมหาชน 2. บริษัท อัดัมส์เอ็นเตอร์ไพรเซส จำกัด

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		- สามารถใช้แพลตฟอร์มและซอฟต์แวร์บริหารจัดการฟาร์ม (Farm Management Software) เพื่อวางแผนติดตาม และประเมินผลการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ - สามารถนำข้อมูลที่ได้จากเทคโนโลยีต่างๆ มาวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจอย่างแม่นยำ เช่น การให้น้ำและปุ๋ยแบบเฉพาะจุด (Precision Farming) เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต - สามารถสื่อสารและทำงานเป็นทีมร่วมกับบุคลากรหลากหลายฝ่าย เช่น นักวิชาการเกษตร วิศวกร และฝ่ายบริหารได้อย่างราบรื่น - มีทักษะในการวางแผน จัดลำดับความสำคัญ และบริหารจัดการโครงการเกษตรให้สำเร็จตามเป้าหมายงบประมาณ และเวลาที่กำหนด - มีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ และสามารถปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรได้อย่างรวดเร็ว - มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถมองเห็นโอกาสในการนำเทคโนโลยีมาต่อยอดเพื่อสร้างนวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่ทางการเกษตร 3. ด้านคุณลักษณะและความสามารถในการประยุกต์ใช้ (Attributes and Application) - นักบูรณาการ (Integrator): สามารถเชื่อมโยงความรู้ด้านการเกษตรดั้งเดิมเข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างลงตัว เพื่อสร้างโซลูชันที่มีประสิทธิภาพสูงสุด	

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		- นักแก้ปัญหาเชิงระบบ (Systematic Problem-Solver): มีกระบวนการคิดวิเคราะห์ มองเห็นภาพรวมของระบบการผลิต และสามารถแก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล - ผู้มีคุณธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ (Ethical Professional): ปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเพื่อนร่วมงาน โดยยึดมั่นในจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ	
	2.วท.บ.สัตวศาสตร์	1. รูปแบบ แบบแยก Separate 2.การจัดการศึกษา เรียน 3 ปี ในมหาวิทยาลัย อีก 1 ปี สหกิจ+ฝึกประสบการณ์ 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา 1. ด้านความรู้และทฤษฎีประยุกต์ - มีความรู้ขั้นสูงในการประเมินคุณภาพวัตถุดิบ การคำนวณและประกอบสูตรอาหารสัตว์ (ให้เหมาะสมกับสัตว์แต่ละชนิดและช่วงวัย - เข้าใจหลักการคัดเลือกและปรับปรุงพันธุ์สัตว์ เทคโนโลยีการเจริญพันธุ์ (เช่น การผสมเทียม การย้ายฝากตัวอ่อน) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต - มีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ในระดับชาติและสากล สามารถประเมินและปรับปรุงการจัดการฟาร์มให้สอดคล้องกับหลักจริยธรรม	1. บริษัทเบทาโกร อุตสาหกรรม จำกัดมหาชน 2. บริษัท ไทยผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด 3. บริษัท อรรณพฟาร์ม บ้านนา จำกัด 4.บริษัท สหฟาร์ม จำกัด 5. ศูนย์น้ำเชื่อมมาตรฐานเวชของค์ฟาร์ม 6.บริษัท เอ็ม.เค.เอส.ฟาร์ม จำกัด 8. บริษัท ฉวีวรรณ ฟาร์ม จำกัด 9. SH RANCH เสือเอี่ยมฟาร์ม 10. บัวงามฟาร์ม 11. NVK Farm 12. ศุภิสราฟาร์ม (SR Farm) 13. 3T Brahman's Ranch 14. บริษัท ไทย-เดนมาร์คฟาร์มมีง 15. บริษัท ฟู้ด ฟอร์ เดอะ เวิลด์ จำกัด (โครงการไก่เนื้อทรัพยากรเจริญ) 16. VP Cattle

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		- เข้าใจหลักเศรษฐศาสตร์ฟาร์ม การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทน และการจัดการห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมปศุสัตว์ 2. ด้านทักษะและปฏิบัติการ (Skills and Practices) - สามารถบริหารจัดการการผลิตในฟาร์มปศุสัตว์เฉพาะทาง (เช่น สุกร, สัตว์ปีก, โคเนื้อ) ได้อย่างมีประสิทธิภาพตามมาตรฐานอุตสาหกรรม - สามารถดำเนินงานตามโปรแกรมวัคซีนและยา ฝ้าระวังสัตว์ป่วย และให้การปฐมพยาบาลเบื้องต้นภายใต้การควบคุมดูแลของสัตวแพทย์ได้ - สามารถเก็บตัวอย่างและตรวจวิเคราะห์คุณภาพอาหารสัตว์ หรือตัวอย่างทางชีวภาพเบื้องต้นที่จำเป็นต่อการจัดการฟาร์มได้ - มีทักษะในการใช้ซอฟต์แวร์การจัดการฝูงสัตว์และอุปกรณ์อัตโนมัติต่างๆ ในฟาร์มสมัยใหม่ - สามารถรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพการผลิต (KPIs) เช่น อัตราการเจริญเติบโต (ADG), ประสิทธิภาพการเปลี่ยนอาหาร (FCR) เพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการฟาร์ม - มีไหวพริบและทักษะการคิดวิเคราะห์เพื่อวินิจฉัยและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิตจริงได้อย่างรวดเร็วและเป็นระบบ	17. บริษัท บุญยังฟาร์ม จำกัด 18. คอกขุนฟาร์ม 19. ปณฟาร์ม

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		- สามารถสื่อสารและถ่ายทอดขั้นตอนการปฏิบัติงานมาตรฐาน (SOPs) ให้กับพนักงานในฟาร์มได้อย่างชัดเจน - สามารถทำงานร่วมกับทีมงานหลากหลายระดับ ตั้งแต่ผู้จัดการฟาร์ม สัตวแพทย์ และพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ - มีความรับผิดชอบสูงในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับชีวิตสัตว์และคุณภาพของผลผลิต 3. ด้านคุณลักษณะและความสามารถในการประยุกต์ใช้ - มีทัศนคติในการใช้ข้อมูลและหลักฐานเชิงวิทยาศาสตร์เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจเพื่อพัฒนาฟาร์ม - มีจิตสำนึกและความมุ่งมั่นในการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์อย่างมีมนุษยธรรมและถูกต้องตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ - มีความกระตือรือร้นในการติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ ในวงการสัตวศาสตร์และปศุสัตว์	
	3. วท.บ.เทคโนโลยีอาหารและการประกอบอาหาร หรือ วท.บ. วิทยาศาสตร์การอาหาร และโภชนาการทาง การแพทย์	1. รูปแบบ แบบแยก Separate 2.การจัดการศึกษาเรียน 3 ปี ในมหาวิทยาลัยอีก 1 ปี สหกิจ+ฝึกประสบการณ์ รูปแบบหลักสูตร 1.หลักสูตรเทคโนโลยีการอาหาร + วิชาด้านโภชนาการ 2.การจัดเป็นโมดูลประกอบด้วย 3 โมดูล	1. โรงน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ จ.ภาพสินธุ์ 2. บริษัท ขอนแก่น บริวเวอรี่ จำกัด 3. บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด ขอนแก่น 4. บริษัท ซีพีแรม จำกัด ขอนแก่น 5. โรงงานผลิตนม องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย (ขอนแก่น) 6. บริษัทเพชรดำฟู้ดส์ จำกัด

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
	จัดทำหลักสูตร คู่ขนานไปกับการจัดทำ หลักสูตรพยาบาล ศาสตร์ (เพื่อใช้ทรัพยากร พยาบาลบุคคลและ ห้องปฏิบัติการร่วมกัน)	2.1 การเรียนวิชาพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีการอาหาร + วิชาด้านโภชนาการ 2.2 การเรียนวิชาพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีการอาหาร + วิชาด้านการประกอบอาหาร 2.3 การเรียนวิชาพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีการอาหาร + วิชาด้านโภชนาการทางการแพทย์	7. โรงแรมแอตลิบ ขอนแก่น 8. โรงแรมพูลแมน ขอนแก่น 9. บริษัทเบทาโกรเกษตรอุตสาหกรรม จำกัด โรงงานแปรรูปสุกรขอนแก่น 10. โรงพยาบาลกาฬสินธุ์
	4. วท.บ.พืชศาสตร์	1. รูปแบบ แบบแยก Separate 2.การจัดการศึกษา เรียน 3 ปี ในมหาวิทยาลัย อีก 1 ปี ปฏิบัติงานในสถานประกอบการ 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อสำเร็จการศึกษา PLO 1: วางแผนการจัดการฟาร์มทางด้านพืชได้ โดยนำ ความรู้เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการเกษตรที่ทันสมัย โดยคำนึงถึงบริบทการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม Sub-PLO 1.1 อธิบายหลักการและทฤษฎีสำคัญในสาขาวิชา วิทยาศาสตร์เกษตรและสาขาที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อกำหนด เรื่องจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ Sub-PLO 1.2. จัดการฟาร์มทางด้านพืช หรือด้านอื่น ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการเกษตร ได้อย่างเป็นระบบ และสามารถ แก้ปัญหาตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ Sub-PLO 1.3. วิเคราะห์ สังเคราะห์และระบุปัญหาทางด้าน การเกษตรที่สำคัญในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตได้	1. บริษัทน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ 2. มูลนิธิสถาบันพัฒนามันสำปะหลังแห่งประเทศไทย 3. บริษัท แป้งมันภาพสินธุ์ จำกัด 4. บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		Sub-PLO 1.4 เรียนรู้ตลอดชีพ ตามพันธกิจความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ และมีความสามารถในการพัฒนาตนเอง PLO2: ออกแบบธุรกิจด้านการเกษตรยุคใหม่ โดยบูรณาการความรู้ด้านการเงิน การบัญชี การตลาดเทคโนโลยีดิจิทัล และการจัดการ ได้อย่างเหมาะสมภายใต้บริบทที่แตกต่าง กันPLO3: ถ่ายทอดความรู้ทางด้านการเกษตรโดยใช้ทักษะการสื่อสาร และเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสารที่หลากหลายได้อย่างเหมาะสม PLO4: บริหารจัดการกลุ่มหรือโครงการ โดยใช้หลักการทำงานเป็นทีม และสามารถปรับตัวภายใต้ความหลากหลายทางด้าน สังคมและวัฒนธรรม Sub-PLO 4.1 ทำงานเป็นทีม มีการปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ในทุกสถานภาพ วางตัวและร่วมแสดงความคิดเห็นในกลุ่มได้อย่างเหมาะสม Sub-PLO 4.2 เคารพในสิทธิและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เข้าใจตน เข้าใจผู้อื่นพร้อมกับปฏิบัติต่อผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	
	5. วท.บ.เทคโนโลยีการผลิตพืช (ต่อเนื่อง) พหุวิทยาการ	1.1 รูปแบบที่ 1 แบบแยก Separate 2.1การจัดการศึกษา เรียน 1 ปี ในมหาวิทยาลัย อีก 1 ปี ปฏิบัติงานในสถานประกอบการ 1.2 รูปแบบที่ 2 แบบร่วม 2.1การจัดการศึกษา เรียน 2 ปี ปฏิบัติงานในสถานประกอบการ 3. สมรรถนะหลักของผู้เรียนเมื่อ	1.บริษัท น้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ 2.มูลนิธิสถาบันพัฒนามันสำปะหลังแห่งประเทศไทย 3.บริษัท แป้งมันภาพสินธุ์ จำกัด 4.บริษัท ไทยวา จำกัด (มหาชน)

คณะ	หลักสูตร	รูปแบบ	ชื่อสถานประกอบการที่ต้องการ MOU
		สำเร็จการศึกษา PLO 1 สามารถออกแบบโครงการเชิงบูรณาการและ สร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาโดยใช้ฐานคิดทาง เทคโนโลยีการผลิตพืชเชิงบูรณาการในสถานการณ์ เปลี่ยนแปลงของโลกยุคปัจจุบันได้ PLO 2 สามารถพัฒนาตนเองให้มีประสบการณ์ในการ ประกอบอาชีพเฉพาะทางที่สนใจ เพื่อเตรียมความพร้อม ไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง ในอนาคตได้	