



แผนกลยุทธ์ และแผนบริหารความเสี่ยง สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ปีการศึกษา 2566

เสนอสภาสถาบันในการประชุมครั้งที่ 3/2566
ในวันที่ 30 พฤษภาคม 2566

สำนักบริหารกลยุทธ์และนวัตกรรม



บทนำ

แผนกลยุทธ์และแผนบริหารความเสี่ยงสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ปีการศึกษา 2566 ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอคณะผู้บริหารและกรรมการสภาสถาบัน ในการประชุมครั้งที่ 3/2566 วันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ.2566 แผนกลยุทธ์และแผนบริหาร ความเสี่ยงประกอบด้วยสาระสำคัญ คือ

- รายงานผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์และแผนบริหารความเสี่ยง ปีการศึกษา 2565 (ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม พ.ศ.2566)
- ทบทวนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ระยะยาวหรือ PIM Roadmap in 2030
- ทบทวนแผนกลยุทธ์ระยะกลาง (4 ปี) ปีการศึกษา 2566 – 2569
- แผนกลยุทธ์สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ปีการศึกษา 2566
- แผนบริหารความเสี่ยงสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ปีการศึกษา 2566

โดยแผนกลยุทธ์และแผนบริหารความเสี่ยงของสถาบัน เกิดจากการมีส่วนร่วมของ นักศึกษาปัจจุบัน คิษย์เก่า เครือข่ายพันธมิตร บุคลากร และผู้บริหาร เพื่อใช้เป็นเป้าหมาย และทิศทางในการบริหารงานในปีการศึกษา 2566 (สิงหาคม พ.ศ.2566 – กรกฎาคม พ.ศ.2567) ในการบริหารแผนกลยุทธ์ให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดหลังการอนุมัติของ สภาสถาบันแล้ว คณะผู้บริหารจะได้สื่อสารและถ่ายทอดแผนกลยุทธ์สู่ส่วนงานต่าง ๆ และการบูรณาการแผนงาน แผนคน และแผนการเงินเข้าด้วยกันต่อไป

สำนักบริหารกลยุทธ์และนวัตกรรม
พฤษภาคม 2566

สารบัญ

หน้า

- 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ 1
- 2** วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมของสถาบันฯ 8
- 3** อัตลักษณ์นักศึกษา PIM 10
- 4** รายงานผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์
แผนบริหารความเสี่ยง และการดำเนินงานที่สำคัญปีการศึกษา 2565 11
- 5** กรอบความคิดในการจัดทำแผนกลยุทธ์ของสถาบันปีการศึกษา 2566 25
- 6** ทบทวนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ระยะยาว (PIM Roadmap in 2030) 54
- 7** แผนกลยุทธ์ระยะกลางปีการศึกษา 2566-2569 57
- 8** แผนกลยุทธ์สถาบัน ปีการศึกษา 2566 63
- 9** แผนบริหารความเสี่ยงสถาบันปีการศึกษา 2566 70
- 10** การบริหารแผนกลยุทธ์และแผนบริหารความเสี่ยง 77
- 11** นโยบายสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ 81

1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบัน การจัดการปัญญาภิวัฒน์

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับการสนับสนุนในการจัดตั้งจากบริษัทศึกษาภิวัฒน์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการโดยคำแนะนำของคณะกรรมการการอุดมศึกษาเพื่อให้ดำเนินการสอนระดับอุดมศึกษา เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2550 โดยมีการจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ภายใต้ระบบการจัดการเรียนการสอนแบบ Work-based Education

สถาบันมีการจัดการเรียนการสอนระบบ Online และทั้งในที่ตั้งคือ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ แจ้งวัฒนะ และจัดการเรียนการสอนแบบระบบการศึกษาทางไกลซึ่งเป็นหน่วยการเรียนกระจายอยู่ 12 จังหวัดทั่วประเทศ



เมื่อปีการศึกษา 2563 สถาบันได้ขยายการจัดการเรียนการสอนอีก 1 วิทยาเขต คือ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอู่ฮั่น



ปัจจุบันสถาบันเปิดการเรียนการสอนใน 11 คณะ 2 วิทยาลัย

หลักสูตรปริญญาตรี



BA

คณะบริหารธุรกิจ

FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่
- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (ต่อเนื่อง)
- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (ระบบการศึกษาทางไกลอินเทอร์เน็ต)
- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (ต่อเนื่อง) (ระบบการศึกษาทางไกลทางอินเทอร์เน็ต)



LA

คณะศิลปศาสตร์

FACULTY OF LIBERAL ARTS

- * สาขาวิชาภาษาจีนธุรกิจ
- * สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่นธุรกิจ
- * สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ



ET

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี

FACULTY OF ENGINEERING AND TECHNOLOGY

- * สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลและสารสนเทศ
- * สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการผลิตอัจฉริยะ
- * สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์และปัญญาประดิษฐ์
- * สาขาวิชาวิศวกรรมการผลิตยานยนต์
- * สาขาวิชาวิศวกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ



CA

คณะนิเทศศาสตร์

FACULTY OF COMMUNICATION ARTS

- * วิชาเอกการสื่อสารองค์กรและแบรนด์
- * วิชาเอกวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์และสื่อดิจิทัลสร้างสรรค์



MS

คณะวิทยาการจัดการ
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCES

- * สาขาวิชาการจัดการอสังหาริมทรัพย์และทรัพย์สินอาคาร
- * สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการองค์การ
- * สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน



IAM

คณะเกษตรนวัตกรรมและการจัดการ
FACULTY OF INNOVATIVE AGRICULTURAL MANAGEMENT

- * สาขาวิชานวัตกรรมจัดการเกษตร



CEM

คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์
FACULTY OF CREATIVE EDUCATIONAL MANAGEMENT

- * สาขาวิชาการสอนภาษาจีน
- * สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษ
- * ป.บัณฑิต วิชาชีพครู



FBM

คณะการจัดการธุรกิจอาหาร
FACULTY OF FOOD BUSINESS MANAGEMENT

- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร
- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร (ต่อเนื่อง)
- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจภัตตาคาร



LTM

คณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

- * สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง



SMAFT

คณะวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการจัดการอาหาร
Faculty OF FOOD SCIENCE, TECHNOLOGY AND MANAGEMENT

- * สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร

*หมายเหตุ เปลี่ยนชื่อจากเดิมคือคณะอุตสาหกรรมเกษตร เมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2566 ตาม ประกาศสถาบันที่ 010/2566



INTERNATIONAL
COLLEGE

วิทยาลัยนานาชาติ

- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (หลักสูตรนานาชาติ)

หลักสูตรปริญญาโท

- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่
- * สาขาวิชาการบริหารคนและกลยุทธ์องค์กร
- * สาขาวิชาการสื่อสารเชิงนวัตกรรมเพื่อองค์กรสมัยใหม่
- * สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ (หลักสูตรนานาชาติ)
- * สาขาวิชาการจัดการการศึกษาและความเป็นผู้นำ
- * สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน)
- * สาขาวิชาการจัดการทางศิลปะ (หลักสูตรภาษาจีน)

หลักสูตรปริญญาเอก

- * Ph.D สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (หลักสูตรภาษาจีน)
- * Ph.D สาขาวิชาการจัดการศึกษา (หลักสูตรภาษาจีน)

และหลักสูตรต่าง ๆ ที่เปิดการเรียนการสอนที่วิทยาเขตอีอีซี ได้แก่



BA

คณะบริหารธุรกิจ EEC
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION

- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่
- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ (ต่อเนื่อง)

**ET****คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี EEC**
FACULTY OF ENGINEERING AND TECHNOLOGY

- * สาขาวิชาเทคโนโลยีดิจิทัลและสารสนเทศ
- * สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการผลิตอัจฉริยะ

**FBM****คณะการจัดการธุรกิจอาหาร EEC**
FACULTY OF FOOD BUSINESS MANAGEMENT

- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร
- * สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาหาร (ต่อเนื่อง)

**NS****คณะพยาบาลศาสตร์ EEC**
SCHOOL OF NURSING

- * หลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต
- * หลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต (สำหรับผู้จบป.ตรีสาขาอื่น)

จำนวนนักศึกษา
ทั้งสิ้นประมาณ

21,000

คน



จำนวนบุคลากร

960

คน



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ได้จัดการเรียนการสอนตามระบบ Work - based Education โดยมีการดำเนินการและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องจนมีประสิทธิภาพระดับหนึ่งจึงได้สรุปเป็นต้นแบบที่เป็นนวัตกรรมการศึกษาจดลิขสิทธิ์ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญาในปี 2559 อย่างไม่รู้ตัวตามสถาบันยินดีให้สถาบันอื่นสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสม

การจัดการศึกษาแบบ PIM Work - based Education (WBE) มี 4 องค์ประกอบที่สำคัญคือ

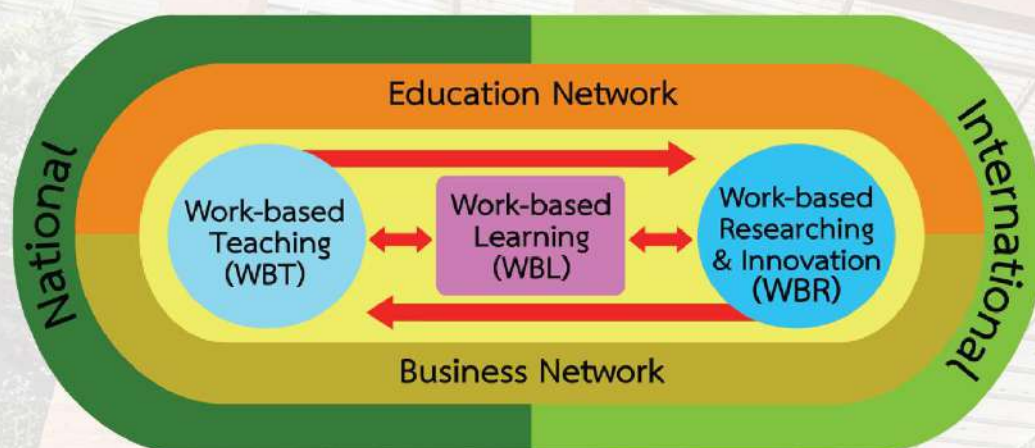
1. การสอนโดยมืออาชีพ (Work - based Teaching : WBT)

เป็นการเรียนภาคทฤษฎี หลักการทั่วไป และการเรียนรู้วิชาการศึกษาทั่วไปให้นักศึกษามีความสมบูรณ์นอกจากเป็นความรู้จากตำราแล้วได้รับการเรียนรู้จากกรณีศึกษาจากผู้ปฏิบัติงานจริงในองค์กรเตรียมความพร้อม ทั้งความรู้และทักษะเพื่อที่จะเรียนรู้ในส่วนที่สองคือ WBL

2. การเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติงานจริง (Work - based Learning : WBL)

เป็นการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติงานจริงอย่างมีแบบแผนรองรับ กล่าวคือการจัดวางโปรแกรมครูฝึก และมีระบบการติดตามประเมินอย่างเป็นระบบในองค์กร การจัดการเรียน การสอนจะมีการสลับกันระหว่างการเรียนรู้ในห้องเรียนกับการฝึกปฏิบัติงานตามโจทย์ที่กำหนดให้อย่างต่อเนื่อง รวม 4 - 8 ครั้ง ตามความเหมาะสมของหลักสูตร และออกแบบสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการเพื่อทำให้มีการบูรณาการระหว่างภาคทฤษฎีกับภาคปฏิบัติอย่างแท้จริง

ในกระบวนการนี้นักศึกษาสามารถเกาะติดและเรียนรู้เพิ่มเติมหรือแม้การทำการทดลองในสถานประกอบการจริงในโจทย์เดิมหรือศึกษาร่วมกับนักศึกษาคุณจารย์ข้ามสาขาวิชาจนได้ข้อสรุปเป็นโครงการหรือแม้แต่สร้างเป็นนวัตกรรมเพื่อเข้าสู่เวทีประกวดในระดับสถาบันและกลุ่มธุรกิจเพื่อสร้างความรู้ใหม่กลับไปสู่องค์กรได้อีกด้วย



เลขจดลิขสิทธิ์ เลขที่ ว 38214



3. การศึกษางานวิจัยจากปัญหาวิจัยจริง (Work - based Researching : WBR)

เป็นการศึกษาวิจัยของคณาจารย์จากปัญหาวิจัยจริงในองค์การที่พลวิจัยพร้อมนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้โดยตรง และกลับมาสู่การเรียนการสอนในห้องเรียน การจัดการศึกษาแบบ WBE จะดำเนินการเป็นกระบวนการต่อเนื่องสำหรับหลักสูตรปริญญาตรี 4-5 ปี ทำให้นักศึกษามีโอกาสเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงเป็นเวลาร้อยละ 40-50 ของเวลารวมทั้งหมด

4. มหาวิทยาลัยแห่งการสร้างเครือข่าย (Networking University)

การเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการสร้างเครือข่ายถือเป็นพลังเสริมที่สำคัญที่ทำให้กระบวนการ Work - based Education ประสบความสำเร็จ จากที่กล่าวมาข้างต้น การดำเนินการตามกระบวนการ Work - based Education จะบรรลุวัตถุประสงค์ไปไม่ได้ถ้าปราศจากการสร้างเครือข่าย อันตรงประสิทธิภาพ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ จึงมุ่งสร้างเครือข่าย ความร่วมมือทางวิชาการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อร่วมเป็นพลังเสริมและสนับสนุนในการจัดการเรียนการสอน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ เครือข่ายภาคการศึกษา (Education Network) และเครือข่ายภาคธุรกิจ (Business Network) ทั้งนี้ ทั้ง 2 กลุ่มนั้น ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ สร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ และเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับนักศึกษา



2 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยมของสถาบัน



“สร้างมืออาชีพด้วยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง” (Creating Professionals through Work-based Education)

สถาบันเป็นต้นแบบการเรียนรู้แบบ WBE ที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ



“มหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ (Corporate University)” ที่มีพันธกิจ ดังนี้

1. สร้างคนที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจ สังคม และประชาคมโลก โดยเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Work-based Education)
2. ผสมผสานองค์ความรู้เชิงวิชาการ และองค์การธุรกิจ เพื่อการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม (Combination of Academic and Professional Expertise)
3. สร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และส่งเสริมนวัตกรรม (Collaborative Networking)
4. พัฒนาองค์กรที่พร้อมรับความเปลี่ยนแปลง และสร้างความยั่งยืน (Transformative & Sustainable Organization)

ในปีการศึกษา 2566 สถาบันได้มีการปรับพันธกิจ โดยเพิ่มเรื่อง “ความยั่งยืน (Sustainable)” เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มและนโยบายการพัฒนาประเทศ เป้าหมายเชิงกลยุทธ์ของกลุ่ม CP, CP ALL และสะท้อนการทำงานของสถาบันฯ ที่มุ่งสู่ความยั่งยืนตามแผนกลยุทธ์อยู่แล้ว



PIM Culture & Core Competencies



สถาบันได้กำหนดวัฒนธรรมองค์กร (PIM Culture) ที่สะท้อนพฤติกรรมของคนในองค์กร เปรียบเหมือน Personal Brand ที่แสดงออกต่อผู้อื่น โดยเชื่อมโยงกับค่านิยม (Value) 3 ข้อ คือ

Practicality : ความรู้คู่การปฏิบัติ

Innovation : นวัตกรรมและการสร้างสรรค์

Morality : คุณธรรม จริยธรรม

กลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร 9 ข้อ ของสถาบันฯ นอกจากนี้ สถาบันยังกำหนด PIM Core Competencies ที่เชื่อมโยงมาจาก 6 Values ของ CP Group และปรับให้เป็น Core Competency ด้านการศึกษาในแบบฉบับของสถาบันที่ใช้ในการประเมิน Competency ของบุคลากรในสถาบันต่อไป



3

อัตลักษณ์นักศึกษา PIM

“READY to WORK”

เรียนเป็น

1. มีความรู้ ใฝ่เรียน สามารถแสวงหาความรู้ได้ด้วยตัวเอง
2. มีความรอบรู้และบูรณาการในศาสตร์สาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง
3. สามารถนำเครื่องมือหรือเทคโนโลยีมาใช้งานได้อย่างเหมาะสมกับผลลัพธ์ที่ต้องการ (ตามศาสตร์ของตัวเอง)
4. สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารและเลือกใช้ข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

คิดเป็น

1. มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ (Analytical thinking) การคิดวิพากษ์ (Critical thinking) การคิดเชิงสังเคราะห์ (Synthesis thinking) การคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative thinking)
2. กล้าคิดและสามารถผลักดันความคิดและแรงบันดาลใจของตนให้ก่อเกิดเป็นผลงานตามศาสตร์หรือผลงานเชิงนวัตกรรมต่าง ๆ ได้
3. มีแนวคิดการบริหารจัดการอย่างผู้ประกอบการ

เน้นวัฒนธรรม

1. สืบสานวัฒนธรรมไทย
2. ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมขององค์กรได้

รักความถูกต้อง

1. ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพหรือจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจ
2. ยืนหยัดปกป้องในความถูกต้อง
3. เคารพและชื่นชมต่อความดีงามของผู้อื่น

ทำงานเป็น

1. มีการทำงานข้ามสายงานและสามารถจูงใจผู้อื่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
2. มีทักษะในการสื่อสารหลากหลายภาษา ทั้งการฟัง การอ่าน การเขียน การพูด การแปลความ การเลือกช่องทางและเครื่องมือในการสื่อสาร
3. มีการตัดสินใจและรับผิดชอบต่อผลที่เกิดขึ้น
4. สามารถสร้างความพอใจระหว่างสุขภาพ การเรียน ชีวิตส่วนตัว ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

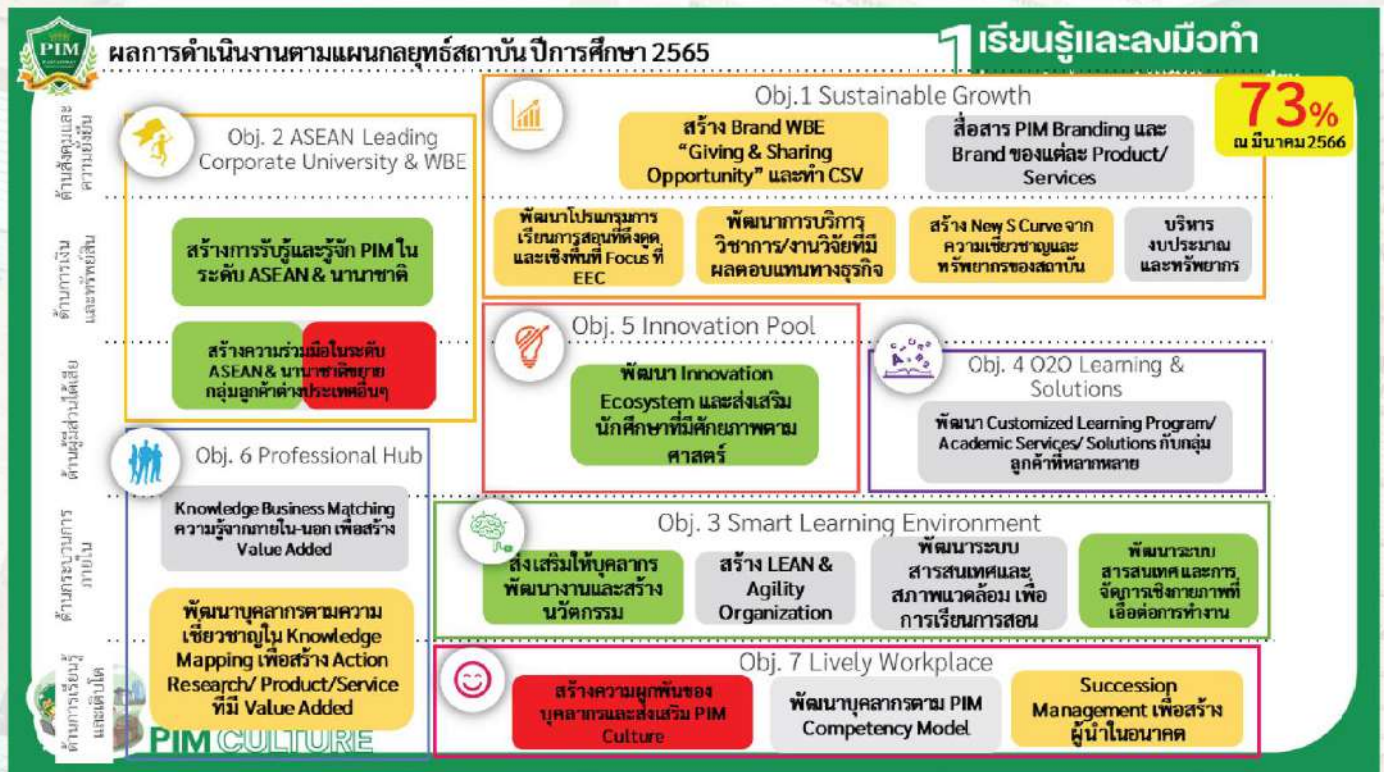


4

รายงานผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ แผนบริหารความเสี่ยง และการดำเนินงานที่สำคัญ ปีการศึกษา 2565

4.1 รายงานผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์สถาบัน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565

จากการดำเนินงานของสถาบันฯ ปีการศึกษา 2565 (สิงหาคม 65-กรกฎาคม 66) สถาบันฯ รายงานตามแผน ซึ่งผลการดำเนินงานภาพรวม ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 (ณ 31 มีนาคม 66) ได้ผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 73 และยังมีผลการดำเนินงานในส่วนอื่นที่ต้องดำเนินการ และติดตามต่อไป โดยมีรายละเอียดซึ่งจะแสดงผลการดำเนินงานด้วย PIM Strategy Map 2022 และแสดงสถานะผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดด้วยสี ดังต่อไปนี้



- สีเทา หมายถึง อยู่ระหว่างดำเนินการและจะวัดผลเมื่อสิ้นปีการศึกษา
- สีแดง หมายถึง ผลการดำเนินการไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
- สีเหลือง หมายถึง อยู่ระหว่างดำเนินการและผลการดำเนินการเทียบกับเป้าหมาย 50%
- สีเขียว หมายถึง ผลการดำเนินการเป็นไปตามเป้าหมาย

ผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ปีการศึกษา 2565 แต่ละด้าน (ณ 31 มีนาคม 2566) มีดังนี้



Sustainable Growth

Strategic Theme

1.1 พัฒนาโปรแกรมการเรียนการสอนที่ดึงดูด พัฒนาริธีการ/ช่องทางการเข้าถึงผู้เรียนที่หลากหลายเหมาะสมกับสถานการณ์เศรษฐกิจแบบ Stagflation และในเชิงพื้นที่ Focus ที่ EEC มากขึ้น

1.2 พัฒนาการบริการวิชาการและงานวิจัยที่ใช้ความเชี่ยวชาญของบุคลากรและเครือข่ายธุรกิจที่มีผลตอบแทนทางธุรกิจ และในเชิงพื้นที่ Focus ที่ EEC มากขึ้น

1.3 สร้าง New S Curve จากความเชี่ยวชาญและทรัพยากรของสถาบันและเครือข่าย ให้เป็น Product/Services/ Business Model

1.4 บริหารงบประมาณและทรัพยากรที่ได้รับการจัดสรรจากสถาบันฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.5 สร้าง Brand ของ Work-based Education ในมิติ Giving Sharing Opportunity/ University Shared Value และความยั่งยืน

1.6 สื่อสาร PIM Branding และ Brand ของแต่ละ Product/ Services

How we measure ?				
KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		ผลการดำเนินงาน 1/65	% ความสำเร็จเทียบกับเป้าหมาย
	Target	Cut-off		
% การเติบโตของรายได้จากการเรียนการสอน	6%	3%	45% จากเป้าหมาย	45%
% การเติบโตของรายได้ที่ไม่ได้มาจากการเรียนการสอน	10%	4%	61.37% จากเป้าหมาย	61.37%
จำนวนโครงการ New S Curve ที่มีผลตอบแทนเชิงธุรกิจ (กลุ่มลูกค้าใหม่หรือสินค้าหรือบริการใหม่ที่ไม่เคยทำมาก่อน)	6	1	อยู่ระหว่างดำเนินการ 1/65 = 3โครงการ	50%
%การบริหารงบประมาณของหน่วยงาน	±10	±5	อยู่ระหว่างดำเนินการ 1/65-5%	50%
% Work-based Education Index	95%	90%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
% Social Return on Investment : SROI ต่อปี ของโครงการ WBE/ สร้างภาพลักษณ์/Brand (รวมโครงการอื่นที่ไม่มีเป้าหมายหลักในการสร้างรายได้โดยตรง)	+15%	>5%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ



ASEAN Leading Corporate University and Work-based Education

Strategic Theme

2.1 สร้างความร่วมมือกับองค์กรระดับ ASEAN หรือนานาชาติ ขยายกลุ่มลูกค้าต่างประเทศอื่นๆ เพื่อพัฒนาการเรียนการสอน การบริการวิชาการ การวิจัย และสนับสนุนการขยายงานในต่างประเทศ

2.2 สร้างการรับรู้และยอมรับ PIM ในระดับ ASEAN หรือนานาชาติ

How we measure ?				
KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		ผลการดำเนินงาน 1/65	% ความสำเร็จเทียบกับเป้าหมาย
	Target	Cut-off		
% International Readiness Mobility (ความพร้อมในการส่งนักศึกษาไปต่างประเทศเทียบตามเป้าหมาย)	100%	80%	อยู่ระหว่างดำเนินการ คาดว่าเป็นไปตามแผน	80%
% การรับนักศึกษาต่างชาติเทียบเป้าหมาย	100%	85%	61%	0%
%SROIผลลัพธ์ของการดำเนินการกับเครือข่ายต่างประเทศ	±12%	>5%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
Engagement rate จากการ PR ในสื่อต่างประเทศ	10%	5%	อยู่ระหว่างดำเนินการ 1/65-7.02%	อยู่ระหว่างดำเนินการ



Smart Learning Environment

Strategic Theme

- 3.1 ส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนางานและสร้างนวัตกรรม (Productivity & Innovation)
- 3.2 สร้าง LEAN & Agility Organization (ส่งเสริมให้เกิด Cross Functional Project/ Agile Team ที่มี Impact Value ในระดับสถาบัน)
- 3.3 พัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อการเรียนการสอน การบริการนักศึกษา เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมทั้ง Online และ Offline
- การทำ One Stop Service ของทุกกลุ่ม
- 3.4 พัฒนาระบบสารสนเทศ เพื่อการบริหารการตัดสินใจที่จำเป็น และการจัดการเชิงกายภาพที่เอื้อต่อการทำงาน

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		ผลการดำเนินงาน 1/65	% ความสำเร็จ ที่เทียบกับเป้าหมาย
	Target	Cut-off		
% ของโครงการ Productivity ที่วัดผลในเชิงมูลค่า Productivity Improvement ได้ (โครงการที่เกี่ยวกับการพัฒนางานในหน่วยงาน)	100%	90%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
จำนวนนักนวัตกรรมที่เพิ่มขึ้น (ทั้ง new comer และเลื่อน Level)	10	5	60	100%
จำนวนโครงการ Cross Functional / Agile Team ที่มี Impact Value กับผลลัพธ์ในระดับสถาบัน	3	1	อยู่ระหว่างดำเนินการ 1/65-2 โครงการ	50%
% Human Capital Index Increase (Project Value ต่อค่าใช้จ่ายบุคลากร)	-	-	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
% Averaged ROI in Digital Projects เป็นไปตามเป้าหมาย	100%	90%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
% IT/ Facility/ Learning Environment Index (รวมโครงการอื่นที่ไม่มีเป้าหมายหลักในการสร้างรายได้โดยตรง)	85%	75%	92%	100%



O2O Learning & Solutions

(Online to Offline / Organization to Organization)

Strategic Theme

- 4.1 พัฒนา Customized Learning Program/Academic Services/ Solutions กับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย (เช่น Premium Program/ Tailor Made Program/ กลุ่มลูกค้าสูงอายุ กลุ่มธุรกิจ/ภาครัฐ/ EEC)

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		ผลการดำเนินงาน 1/65	% ความสำเร็จ ที่เทียบกับเป้าหมาย
	Target	Cut-off		
จำนวน New Customized Learning O2O Programs/ Solutions ที่มีผล 100% ตามเป้าหมายผู้เรียน	5	2	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
ผลประเมินจากผู้เรียน ตาม Customized Learning O2O Programs/Solutions	80%	75%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ



Innovation Pool

Strategic Theme

5.1 พัฒนา Innovation Ecosystem (ตั้งกองทุน จัดเวทีภายในและส่งเสริมสู่ภายนอก ให้องค์ความรู้ เชื่อมโยง Business Partner และ หา New Partner) เพื่อสร้างนักศึกษานวัตกรรม การเป็นผู้ประกอบการ และส่งเสริมนักศึกษาที่มีศักยภาพตามศาสตร์

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		ผลการดำเนินงาน 1/65	% ความสำเร็จ เทียบกับเป้าหมาย
	Target	Cut-off		
จำนวนผลงาน/ชิ้นงาน/บริการที่สร้างสรรค์โดยนักศึกษาที่ได้รับรางวัลระดับชาติหรือมีการนำไปใช้จริงในองค์กร (มีการ Cross กันระหว่างคณะ)	20	10	24 ผลงาน	100%
งาน/โครงการของนักศึกษาสามารถ Spin off เกิดประโยชน์ร่วมกับสถาบัน	-	-	Yes (เครื่องดื่มเฝ้า)	100%



Professional Hub

Strategic Theme

6.1 ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรใช้องค์ความรู้ที่เชี่ยวชาญของบุคลากร (Knowledge Mapping) สามารถสร้าง Action Research และ Product/Service ที่มี Value Added

6.2 Knowledge & Business Matching องค์ความรู้จากภายใน-ภายนอก และระหว่างหน่วยงาน เพื่อสร้าง Value Added ตาม Knowledge Mapping (Research / Training / Consults)

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		ผลการดำเนินงาน 1/65	% ความสำเร็จ เทียบกับเป้าหมาย
	Target	Cut-off		
% องค์ความรู้ที่มีการเพิ่ม Value สูงขึ้นตาม KM Mapping (Value ที่เพิ่มขึ้นขององค์ความรู้ที่เชี่ยวชาญในหน่วยงานและระบุใน KM Mapping)	10%	5%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
% การเพิ่มชิ้นการตีพิมพ์ในระดับนานาชาติ	15%	10%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
จำนวนโครงการที่สามารถ Generate รายได้หรือสร้าง Knowledge Value ตาม KM Mapping	12	6	อยู่ระหว่างดำเนินการ มีการนำ KM Mapping ไปจัดโครงการภายนอก	50%



Lively Workplace

Strategic Theme

- 7.1 สร้างความผูกพันของบุคลากรทุกกลุ่มอย่างมีส่วนร่วม และส่งเสริม PIM Culture
- 7.2 พัฒนาศักยภาพตาม PIM Competency Model และพัฒนาตาม Critical Skill ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ความท้าทายต่าง ๆ เช่นด้านเทคโนโลยี เป็นต้น
- 7.3 Succession Management เพื่อสร้างผู้นำในอนาคต

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		ผลการดำเนินงาน 1/65	% ความสำเร็จเทียบกับเป้าหมาย
	Target	Cut-off		
% เพิ่มขึ้นของ Engagement Score	-	-	ไม่เพิ่มขึ้น	0
ผลการพัฒนาตาม Competency Assessment and Development Plan	100%	80%	อยู่ระหว่างดำเนินการ	อยู่ระหว่างดำเนินการ
% Ready to Replace ตามแผนการพัฒนา Successor (ความพร้อมของการทดแทนตำแหน่ง)	100%	80%	อยู่ระหว่างดำเนินการ แต่สถานียังงานมีการจัดทำแผน Successpr	50%



4.2 รายงานผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยงสถาบัน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565

นอกจากการดำเนินงานด้านแผนกลยุทธ์แล้ว สถาบันยังบริหารความเสี่ยงควบคู่กับแผนกลยุทธ์ของสถาบันด้วย โดยในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 สถาบันได้มีการดำเนินการเพื่อบริหารความเสี่ยงโดยสามารถรายงานผลได้ ดังนี้

1. การรับนักศึกษาไม่ได้ตามเป้าหมาย (เป้าหมาย: 5,766 คน)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก (Risk Owner)	ความเสี่ยงเดิม (Original Risk Level)	ความเสี่ยงปัจจุบัน (Current Risk Level)
- สำนักแนะแนวและรับสมัคร - สำนักการตลาดและโครงการพิเศษ - งานการตลาดหลักสูตรนานาชาติ	HH	HH (ความเสี่ยงไม่ลดลง ประเมินอีกครั้งสิ้นปีการศึกษา)
แผนการดำเนินงาน (Mitigation Plan)		
- จัดกิจกรรมแนะแนวและมอบทุนการศึกษาให้กับโรงเรียนเครือข่าย - ออกบูทประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรม Open House - ขยายห้องเรียนพันธมิตรเพื่อเข้าถึงลูกค้าในอนาคต - สร้าง Network กับเครือข่ายโรงเรียนนานาชาติ - ทำการตลาดผ่าน Social Media เพิ่มมากขึ้น - ขยายเวลาในการรับนักศึกษามาจนถึงช่วงการเรียนกลุ่มวิชาปรับพื้นฐาน		

2. มี New S-curve ที่เป็น New Product/Service แต่ยังไม่สามารถขยายสู่ตลาดและสร้างรายได้ตามที่กำหนด (เป้าหมาย: 12 โครงการ)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก (Risk Owner)	ความเสี่ยงเดิม (Original Risk Level)	ความเสี่ยงปัจจุบัน (Current Risk Level)
- คณะวิชา - สำนักการศึกษาทั่วไป - สำนักบริการวิชาการ	HH	HL (ความเสี่ยงลดลง)
แผนการดำเนินงาน (Mitigation Plan)		
- จัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้บริหารทุกหน่วยงาน "Moonshot Commitment" เพื่อหา New Solution ในการหารายได้ - จัดโครงการบริการวิชาการ/วิจัยแบบมีรายได้ให้กับลูกค้าภายนอก - เพิ่มการจัดบริการวิชาการแบบ Online และ Hybrid เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากขึ้น - ทำการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่น่าจะสนใจ Product/ Service ของสถาบัน - พัฒนาโครงการบริการวิชาการให้ตรงกับ Feedback และ Needs ของลูกค้า		

3. สถาบันไม่สามารถต่อยอดองค์ความรู้เพื่อ Generate รายได้จาก PIM Knowledge Mapping

(เป้าหมาย: 12 โครงการ)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก (Risk Owner)	ความเสี่ยงเดิม (Original Risk Level)	ความเสี่ยงปัจจุบัน (Current Risk Level)
สำนักบริหารกลยุทธ์และนวัตกรรม	HH	HL (ความเสี่ยงลดลง)
แผนการดำเนินงาน (Mitigation Plan)		
- Update Knowledge Mapping ให้เป็นปัจจุบันเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาและนำไปสร้าง Value - มีการสร้าง Awareness ให้บุคลากรไปใช้ประโยชน์จาก Knowledge Mapping - สนับสนุนและติดตามการพัฒนาความรู้/ความเชี่ยวชาญตาม Knowledge Mapping ของหน่วยงาน - จัดทำ Catalog รวบรวมความรู้/ความเชี่ยวชาญ ที่ง่ายต่อการเข้าถึงและใช้ประโยชน์		

4. ไม่สามารถพัฒนาบุคลากรและสร้างทดแทนได้ตาม PIM Competency Model ของสถาบัน

(เป้าหมาย: 100% ตามแผน)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก (Risk Owner)	ความเสี่ยงเดิม (Original Risk Level)	ความเสี่ยงปัจจุบัน (Current Risk Level)
สำนักทรัพยากรมนุษย์	HH	HL (ความเสี่ยงลดลง)
แผนการดำเนินงาน (Mitigation Plan)		
- ชี้แจงวัตถุประสงค์ และขั้นตอนการพัฒนาบุคลากรให้เป็นไปตาม PIM Competency Model - จัดให้หัวหน้างานประเมินสมรรถนะของผู้ได้บังคับบัญชาตามแผนงานที่วางไว้ - ขยายกลุ่มเป้าหมายในการประเมิน Competency ผู้บุคลากรทุกระดับ - จัดการพัฒนาตามหัวข้อที่บุคลากรขาดทักษะ หรือได้คะแนนการประเมินผลต่ำกว่าเกณฑ์		

5. Global Skill/Mindset ที่สถาบันพัฒนาให้กับนักศึกษาไม่ทันต่อความต้องการขององค์กรผู้รับ ทำงาน (เป้าหมาย: 100% International Readiness Mobility)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก (Risk Owner)	ความเสี่ยงเดิม (Original Risk Level)	ความเสี่ยงปัจจุบัน (Current Risk Level)
- คณะวิชา - สำนักการศึกษาทั่วไป	HL	HL (ความเสี่ยงไม่ลดลง ประเมินอีกครั้งในอีกปีการศึกษา)
แผนการดำเนินงาน (Mitigation Plan)		
- ศึกษาข้อมูล Global Skill/ Mindset จากเครือข่าย สถานประกอบการ และองค์กรทั้งภายในและต่างประเทศ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์และจัดโครงการพัฒนาให้กับนักศึกษา - สร้างเครือข่ายต่างประเทศเพื่อให้นักศึกษามีโอกาสในการเพิ่มประสบการณ์ทางภาษา วัฒนธรรมและการทำงานในต่างประเทศ		

6. การสื่อสาร Brand ของสถาบันและของสาขาวิชาไม่เข้าถึง-ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย ในและต่างประเทศ (เป้าหมาย: 10% Engagement rate)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก (Risk Owner)	ความเสี่ยงเดิม (Original Risk Level)	ความเสี่ยงปัจจุบัน (Current Risk Level)
- สำนักสื่อสารองค์กร - สำนักวิเทศสัมพันธ์ - งานการตลาดหลักสูตรนานาชาติ	HL	HL (ความเสี่ยงไม่ลดลง ประเมินอีกครั้งในอีกปีการศึกษา)
แผนการดำเนินงาน (Mitigation Plan)		
- ผลิต Content หลักสูตรและบทสัมภาษณ์ศิษย์เก่า นำเสนอตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จที่ตรงกับความต้องการไปยังกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น - เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการตลาดในสื่อ Social Media เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น		

7. ไม่สามารถทำให้เกิด Cross Functional/Agile Project ในการสร้าง Productivity & Innovation ที่มี Impact ในระดับสถาบัน (เป้าหมาย: 7 โครงการ)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก (Risk Owner)	ความเสี่ยงเดิม (Original Risk Level)	ความเสี่ยงปัจจุบัน (Current Risk Level)
สำนักบริหารกลยุทธ์และนวัตกรรม	LH	LH (ความเสี่ยงไม่ลดลง ประเมินอีกครั้งในปีการศึกษา)
แผนการดำเนินงาน (Mitigation Plan)		
- สนับสนุนให้บุคลากรนำเสนอ Cross Functional/Agile Project - วิเคราะห์ประเด็นสำคัญจากผลประเมิน ICS และดำเนินการพัฒนางาน - Matching และมีเงินทุนสนับสนุนในการดำเนินงาน - สื่อสาร ประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ผ่านคณะกรรมการ KMPI - จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับองค์กรภายนอกที่มีการดำเนินงานด้านพัฒนางาน - ส่งเสริมการประกวดเวทีภายนอกเพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความรู้อย่างใหม่		

8. O2O and Customized Learning Program ไม่เป็นไปตามความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย

(เป้าหมาย: 11 โครงการ)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก (Risk Owner)	ความเสี่ยงเดิม (Original Risk Level)	ความเสี่ยงปัจจุบัน (Current Risk Level)
- คณะวิชา - สำนักการศึกษาทั่วไป - สำนักส่งเสริมวิชาการและมาตรฐานการศึกษา - สำนักทะเบียนและประมวลผลการศึกษา	LH	LH (ความเสี่ยงไม่ลดลง ประเมินอีกครั้งในปีการศึกษา)
แผนการดำเนินงาน (Mitigation Plan)		
- สำรวจความต้องการและนำมาออกแบบ O2O and Customized Learning Program - นำ O2O and Customized Learning Program ออกสู่ตลาด - จัดโครงการอบรม Outcome-based education (OBE) และสนับสนุนการออกแบบหลักสูตร - บันทึกข้อมูลประวัติ หลักฐานประกอบต่าง ๆ ของผู้เรียนในคลังหน่วยกิต		

9. งาน/โครงการของนักศึกษาที่ไม่สามารถ Spin-off เป็นธุรกิจที่เกิดผลประโยชน์ร่วมกับสถาบัน

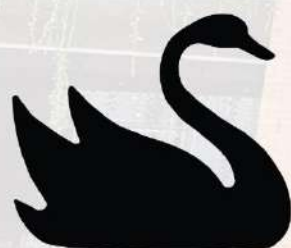
(เป้าหมาย: >1 โครงการ)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก (Risk Owner)	ความเสี่ยงเดิม (Original Risk Level)	ความเสี่ยงปัจจุบัน (Current Risk Level)
สำนักบริหารกลยุทธ์และนวัตกรรม	LH	LH (ความเสี่ยงไม่ลดลง ประเมินอีกครั้งในการศึกษา)
แผนการดำเนินงาน (Mitigation Plan)		
- จัดโครงการ PIM Funding และทำมาตรฐานการขอรับทุนสัญญากองทุน - หาพันธมิตรและเครือข่าย ภายนอก (ภาครัฐ-เอกชน) เช่น แหล่งเงินทุน พาร์ทเนอร์บ่มเพาะสตาร์ทอัพ - จัดทำฐานข้อมูล Database ของผลงานนวัตกรรมของนักศึกษา - ขับเคลื่อนผลงานนวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์ - จัดทำรายวิชานวัตกรรมบน PIM MOOC		

4.3 การค้นหาความเสี่ยงที่เป็นภัยมืด

ควบคู่กับการบริหารความเสี่ยงสถาบัน ส่งเสริมให้บุคลากรมีการเฝ้าระวัง ค้นหา นำเสนอประเด็นภัยมืดที่อาจเกิดขึ้นและกระทบต่อการดำเนินการของสถาบัน โดยแต่ละครั้งสถาบันจะกำหนดหัวข้อที่สนใจหรือเป็นสถานการณ์สำคัญที่อาจกลายเป็นภัยมืดได้ในอนาคตเพื่อให้นักเลกร่วมส่งประเด็นภัยมืดให้พิจารณา ซึ่งในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 นี้สถาบันกำหนดหัวข้อ“ภัยมืดที่ส่งผลกระทบต่อความสุขในการทำงานของชาว PIM” มีจำนวนภัยมืดที่เสนอจำนวน 91 เรื่อง จากนั้นคณะกรรมการและผู้บริหารระดับสูงจะคัดเลือกหัวข้อที่น่าสนใจเพื่อให้รางวัลแก่ผู้เสนอ และทีมงานจะนำหัวข้อที่ได้รับรางวัลนี้ไปวางแผนทางบริหารจัดการ และส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป เรื่องที่ได้รับการคัดเลือก ได้แก่

- 1.ปัญหาสุขภาพเรื้อรังอันเนื่องมาจากการใช้งานอุปกรณ์ทำงานบางชนิดเป็นระยะเวลานาน/ความไม่พร้อมของอุปกรณ์ในการทำงาน
- 2.ความแตกต่างของ Generation ในองค์กรที่นำไปสู่การปิดกั้นความคิด ส่งผลให้ไม่เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่



ผลการดำเนินงานอื่น ๆ ที่สำคัญในปีการศึกษา 2565

นอกเหนือจากผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ และแผนบริหารความเสี่ยงของสถาบันแล้ว สถาบันยังมียานประจำที่สำคัญ (Operational Strategy) ที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถแบ่งเป็น เรื่องที่สำคัญ ๆ ดังนี้

- จัดบริการวิชาการเพื่อสังคมแก่หน่วยงานภายนอกและโรงเรียนเครือข่าย เช่น การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนด้วย Digital Learning Platform การให้ความรู้ด้านเกษตร การพัฒนาผลิตภัณฑ์แก่โรงเรียน และชุมชน เป็นต้น



- สร้างเครือข่ายและทำความร่วมมือกับภาครัฐ และเอกชน เช่น การทำความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี บริษัท Marriott International บริษัท เมเจอร์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด บริษัทไอบีเอ็ม ประเทศไทย จำกัด เป็นต้น





- จัดกิจกรรมให้แก่นักศึกษา เช่น พิธีไหว้ครูสำหรับนักศึกษาใหม่ PIM Games 2022
งานรับปริญญาบัณฑิตรุ่นที่ 12 เป็นต้น



พิธีไหว้ครูสำหรับนักศึกษาใหม่ ปีการศึกษา 2565



PIM Games 2022



งานรับปริญญาบัณฑิตรุ่นที่ 12

- จัดกิจกรรมส่งเสริมด้านศิลปวัฒนธรรม



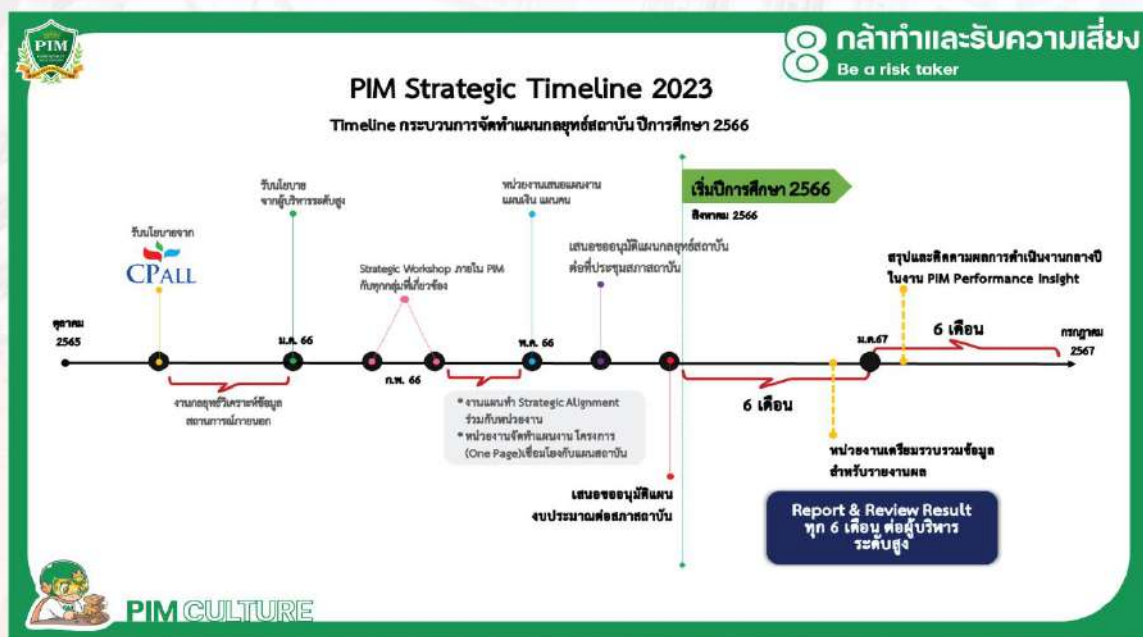
International LOY KRATHONG 2022



ภาพสอนการทำกระทงให้นักศึกษาต่างชาติเนื่องในวันลอยกระทง

5 กรอบความคิดในการจัดทำแผนกลยุทธ์ของสถาบัน ปีการศึกษา 2566

5.1 กรอบด้านเวลาและการเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจ



ภาพ PIM Strategic Timeline

สถาบันมีกระบวนการในการจัดทำแผนกลยุทธ์ตั้งแต่การรับนโยบายจากสภาสถาบัน บริษัท ซีพี ออลล์ (จำกัด) มหาชน และผู้บริหารระดับสูงของสถาบัน และทำการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องตามหลักการของ PIM Strategic Planning Model เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำคัญในการคิดเชิงกลยุทธ์ หลังจากนั้นทีมบริหารกลยุทธ์และความเสี่ยงจะนำข้อมูลสำคัญที่ได้จากการสังเคราะห์เสนอต่อผู้บริหารระดับสูงพร้อมรับนโยบายสำคัญในปีนั้น ๆ และนำนโยบายพร้อมทั้งข้อมูลที่มีจัด PIM Strategic Workshop กับบุคลากรกลุ่มผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับต้น บุคลากรด้านวิชาการ-บริหารกลุ่มเป้าหมายในสถาบัน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมมากที่สุด

5.2 PIM Strategic Planning Model

สถาบันใช้ Model ในการทำ Strategic Environment Scanning โดยทีมบริหารกลยุทธ์และความเสี่ยงของสถาบัน ดังแสดงด้วยภาพต่อไปนี้



P : Policy & Purpose วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากนโยบายของสภาสถาบัน นโยบายและกลยุทธ์ธุรกิจของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และนโยบายจากผู้บริหารของสถาบัน ในการกำหนดทิศทางของสถาบันฯ

I : AS/IS วิเคราะห์ผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาและสิ่งที่สถาบันเป็นอยู่ ณ ปัจจุบัน

M : Major Factor Analysis วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อสถาบัน ทั้งโอกาสและอุปสรรคที่สำคัญ

ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนด

- **Strategic Challenge** : ความท้าทายเชิงกลยุทธ์ของสถาบัน
- **Strategic Advantage** : ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ของสถาบัน
- **Strategic Opportunity** : โอกาสเชิงกลยุทธ์ของสถาบัน
- **Corporate Core Competency** : ความสามารถหลักของสถาบัน

เพื่อวางแผนกลยุทธ์ให้บรรลุเป้าหมายสถาบันได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์(Strategic Objective) เป็น 7 ด้าน คือ

1. Sustainable Growth
2. ASEAN Leading Corporate University & Work-based Education
3. Smart Learning Ecosystem
4. Learner Engagement & Experience
5. PIM Innovative Team & Learner
6. Premium Research Academic Service & Solutions
7. Lively Workplace

เพื่อใช้ในการกำหนดแผนกลยุทธ์ระยะกลาง แผนกลยุทธ์และแผนบริหารความเสี่ยงประจำปีการศึกษา 2566 ต่อไป

5.3 ข้อสรุปสำคัญ เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ตาม PIM Strategic Planning Model มีดังนี้

P : Policy & Purpose

ข้อมูลทิศทางนโยบายที่สำคัญจาก CPG และคุณธนนท์ เจียรนนท์ ท่านประธานอาวุโส เครือเจริญโภคภัณฑ์

1. เป้าหมายที่สำคัญ

1.) ทำให้ทุกบริษัทใช้จ่ายเงินออนไลน์ 100% “True Money Wallet และ Ascend Money” ทั้งลูกค้าและพนักงานในเครือฯ เพราะการใช้ Wallet เราจะได้ Data ของลูกค้า มาบริหารจัดการ เพื่อประโยชน์ของลูกค้าและเสนอขายของเรา CP All จะเป็นประโยชน์มากถ้าทำได้

2.) ทำลาย Silo ของทุกบริษัท ทำลายขั้นตอนยุ่งยาก Software ต้องพร้อม

2. “ทุกคนต้องเป็นนักรบ ต้องไม่มีคนนั่งอยู่ในออฟฟิศแล้วในตอนนี่”

3. คนเก่งทั่วโลกเป็นของเครือฯ เราต้องหาคนเก่งจากทั่วโลกมาทำงาน

4. ความสำเร็จดีใจแค่วันเดียว และต้องรักการเปลี่ยนแปลง

5. คนที่สำเร็จในโลกนี้ต้องทำเรื่องเหลือเชื่อ ทำเรื่องที่คนอื่นเหลือเชื่อแล้วทำให้สำเร็จ

6. ยกระดับTRUE Health ที่คนไม่รู้จักให้เป็น App หมดดี ขยายให้คนรายได้น้อยเข้ามาใช้งาน

7. ยึดมั่น CP 6 Values และตอบแทนคุณแผ่นดิน

8. ทักษะต่อการศึกษาการพัฒนาครูและสร้างแรงจูงใจ ต้องให้เงินเดือนสูงและมีความสุข



“ทุกคนต้องเป็นนักรบ ต้องไม่มีคนนั่งอยู่ในออฟฟิศแล้วในตอนนี่”



คุณธนนท์ เจียรนนท์
ประธานอาวุโสเครือเจริญโภคภัณฑ์

คุณสุกิต เจียรนนท์ ประธานกรรมการเครือฯ ได้ให้นโยบายไว้ในงาน C.P. Group

Vision 2023 เมื่อ วันที่ 30 มกราคม 2566

1. กลยุทธ์ที่สำคัญ

- 1.) นำด้วยธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่มที่เราทำได้ดี
- 2.) การจัดการห่วงโซ่อุปทานทั้ง Process และเป็นผู้ดำเนิน B2B/ B2C และ Delivery

3.) หาโอกาสในการลงทุนธุรกิจอื่นๆ จับมือกับบริษัทอื่น ๆ ที่พร้อมขยายและเติบโตไปพร้อมกับเรา

2. ตั้งเป้าหมาย

- 1 ล้านร้านอาหาร – เป้าหมายคือขยายไปที่ B2B
- 1 ล้านร้านโซห่วยเป็นคู่ค้ากับ CPG
- 1 ล้านครอบครัว – หมายถึงการได้ Data จากครอบครัวที่เข้ามาใช้บริการในธุรกิจเรา

3. เรื่องใหม่ต้องให้คนใหม่ทำ

4. สร้างความมั่นคงด้านพลังงาน Carbon เป็น 0 ขยะเป็น 0

5. ต้อง Synergy กันภายในเครือฯ และ Partner ให้ได้

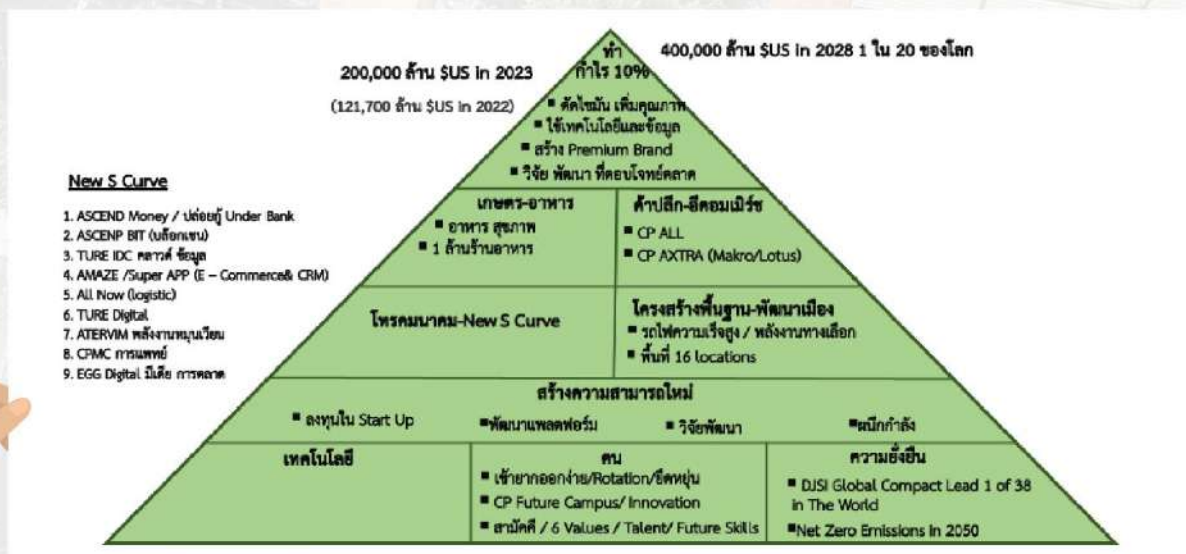
6. การสรรหาคนเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ต้องหาคนที่เข้ามาทำงานที่รักในเครือฯ

7. ปลุกฝังค่านิยมเครือฯ (6 Values) ต่อเนื่อง



คุณศุภชัย เจียรนนท์ ประธานคณะผู้บริหารเครือฯ ได้ให้นโยบายไว้ในงาน C.P. Group

Vision 2023 เมื่อ วันที่ 30 มกราคม 2566 โดยสรุปได้ดังภาพต่อไปนี้



คุณศุภชัย เจียรวนนท์ มีจุดที่เน้นคือ การเติบโตของธุรกิจได้ตามเป้าหมายและสามารถทำกำไรให้ได้ 10% ของรายได้ ด้วยการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลมาพัฒนาธุรกิจสร้าง Premium Brand และพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ที่ตอบสนองลูกค้าให้สามารถเพิ่มยอดขายได้ นอกจากนี้ยังสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ด้วยการลงทุนในธุรกิจ Start up การพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ และการผนึกกำลังกับกลุ่มธุรกิจเพื่อสร้างความเข้มแข็ง

อย่างไรก็ตามคุณศุภชัยเห็นว่าพื้นฐานสำคัญของธุรกิจคืออะไร คือ

1. การใช้เทคโนโลยี
2. การพัฒนาคนให้มีความสามารถ และยึดมั่นใน 6 Values
3. ความยั่งยืนตามแนวทาง DJSI โดยเครือข่าย จะเป็น Netzero Carbon ในปี 2050



จากนโยบายของท่านประธานอาวุโสและประธานกรรมการเครือฯ แล้วยังมีนโยบายจากผู้บริหารของบริษัท ซี พี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่สำคัญด้วย ได้แก่

นโยบายจากคุณก่อศักดิ์ ไชยรัศมีศักดิ์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

และประธานคณะกรรมการอำนวยการสถาบันให้แนวทางในการจัดทำแผนกลยุทธ์ ดังนี้

1. สถาบันต้องขายงาน Premium ออกสู่ภายนอก
2. หลักสูตรที่มีนักเรียนน้อยๆ ต้องพิจารณาให้เด็ดเดี่ยว
3. ทำ Credit Bank ให้สามารถเชื่อมกับความเป็น WBE แบบเราให้ได้
4. ต้องหาอาจารย์ที่มีอุดมการณ์เดียวกับเรา คือ “การสร้างเด็ก”
5. อาจารย์ต้องขายฝีมือ และทำงานอย่างธรรมาภิบาล
6. ใช้ทรัพยากรของ EEC ให้เป็นประโยชน์สูงสุด
7. อาจารย์ต้องสร้างประสบการณ์ชีวิตให้เด็ก มีอาจารย์เป็น Facilitator ให้เด็ก
8. Synergy ภายในเพื่อทำให้เกิดประโยชน์ เช่น ARM และเครือข่ายอื่น เป็นต้น



CPALL NEXTSS Strategy โดยคุณยุทธศักดิ์ ภูมิสุรกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และการถ่ายทอดให้สถาบัน

นโยบาย NEXTSS ที่เกี่ยวข้องกับ PIM					
กล้าทำและรับความเสี่ยง Be a risk taker					
N	E	X	T	S	S
New Opportunities	Experiences	Collaborate & Synergy	Team	System & Technology	Sustainability
ขยายธุรกิจในประเทศ กลุ่ม Health & Wellness ขยายธุรกิจเดิมในต่างประเทศ 1. Cambodia 2. LAOS	Retail Store experience (Store, Product Assortment, Services) Food Experiences (Product Assortment, Food Delivery) Digital Experiences (Channels, Customer, Payment Service, O2O Support)	สร้างความร่วมมือและส่งเสริมธุรกิจด้วยนวัตกรรมในกลุ่มซีพี ออลล์ และนวัตกรรมแบบเปิด เพื่อสร้างรายได้และ New S Curve	สรรหาคนจากทุกช่องทางและโอกาส สร้างคนซีพี ออลล์ ให้เป็นเจ้าแห่งเครื่อง	ลดเวลาการทำงานรวม	1. สนับสนุน SMEs และเกษตรกร 2. โครงการเชิดชูปราชญ์ชาวบ้าน 3. โครงการสร้างคนสร้างงาน สร้างอาชีพ 4. สานอนาคตการศึกษา CONNEXT ED



สามารถสรุปนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสถาบันตาม **NEXTSS Strategy** คือ

1. การหาโอกาสใหม่ในกลุ่มธุรกิจ Health & Wellness
2. ขยายธุรกิจเดิมในต่างประเทศไปที่ Cambodia และ LAOS
3. การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้าทั้ง Retail Store/ Food/ Digital
4. สร้างความร่วมมือและส่งเสริมธุรกิจด้วยนวัตกรรมในกลุ่ม CP All และนวัตกรรมแบบเปิด เพื่อสร้างรายได้และ New S Curve
5. สรรหาคนจากทุกช่องทางและทุกโอกาส
6. สร้างคน CP All ให้เป็นเจ้าแห่งเครื่อง
7. ลดเวลาการทำงานรวมและทำให้มีประสิทธิภาพ
8. ส่งเสริมเรื่องความยั่งยืน ด้วยการสนับสนุน SMEs และ เกษตรกร การสร้างงานสร้างอาชีพ และส่งเสริมเรื่องการศึกษาในโครงการ Connnext Ed

นโยบายจากสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สถาบันได้รวบรวมนโยบายสำคัญที่สถาบันได้ให้ไว้ตลอดการประชุมสถาบันประจำปีการศึกษา 2565 เป็นแนวทางในการวางแผนดังต่อไปนี้

1. การเรียนการสอนในสถาบันควรนำหลักการและแนวคิดอัตลักษณ์ของสถาบันส่งต่อไปยังนักศึกษา เพื่อให้นักศึกษานำไปก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมหลังสำเร็จการศึกษาในอนาคต

2. หลักสูตรต่างๆ ของสถาบันควรพิจารณาการนำศาสตร์ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) มาบูรณาการในหลักสูตรด้วย

3. สถาบันควรนำตัวอย่างการขอกำหนดตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ที่ทำได้ตามกรอบเวลา และมีผลงานดีเด่น ควรมีการยกย่องชื่นชมความสามารถ และนำไปเผยแพร่เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับผู้สอนท่านอื่นในสถาบัน

4. สถาบันควรพิจารณาเพิ่มอัตราการคงอยู่ของนักศึกษาให้สูงขึ้น เนื่องจากนักศึกษาบางคนที่มีผลการเรียนไม่ดีอาจตัดสินใจลาออกระหว่างการเรียน หากสถาบันมีการส่งเสริมให้นักศึกษากลุ่มดังกล่าวมีโอกาสเรียนรู้ตามความสามารถของนักศึกษาซึ่งอาจจะต้องใช้เวลาในการเรียนมากกว่านักศึกษาทั่วไป แต่การทำให้ นักศึกษากลุ่มนี้สำเร็จการศึกษาจะเป็นประโยชน์ให้กับสังคมที่จะได้รับบัณฑิตที่มีความสามารถไปทำงานได้

5. สถาบันควรจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับพระราชบัญญัติ ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 เพื่อป้องกันไม่ให้นักศึกษาและนักศึกษาถูกคุกคามหรือล่วงละเมิด และป้องกันไม่ให้มีการนำเข้าสู่ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่บิดเบือนหรือเท็จเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ที่ส่งผลกระทบและความเสียหายแก่สถาบัน

6. สถาบันควรนำเสนอแผนกลยุทธ์สถาบันให้เห็นแนวทางหรือทิศทางในการพัฒนาสถาบันในเชิงรุกเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่จะเกิดขึ้นได้ในอนาคต อาทิ การมุ่งเน้นด้านการจัดการ ธุรกิจด้านการเกษตร หรือการเปิดหลักสูตรพยาบาลศาสตร์เพื่อผลิตบุคลากรทางด้านการพยาบาลให้เพียงพอับความต้องการของประเทศ



ซึ่งทำให้สถาบันมุ่งไปในทิศทางในการสร้างความแข็งแกร่งและสร้างความโดดเด่นให้ชัดเจนมากขึ้น

7. สถาบันพิจารณาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มยอดนักศึกษาในปีถัดไปให้มากขึ้นเนื่องจากสถาบันเป็นสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีศักยภาพและความพร้อมในการจัดการศึกษาในทุกระดับได้ดีแห่งหนึ่งของประเทศ

8. หลักสูตรฯ ที่เป็นภาษาจีนต่าง ๆ ควรพิจารณาเปิดโอกาสให้นักศึกษาชาวไทยได้เรียนในหลักสูตรด้วย เนื่องจากองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นบริบทของประเทศจีนนั้นเป็นประโยชน์ และช่วยส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันให้กับประเทศไทย

9. สถาบันควรพิจารณาการให้ทุนการศึกษาเพื่อเป็นการเปิดโอกาสทางการศึกษาและสร้างอาชีพให้แก่ผู้ด้อยโอกาสในสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหลักสูตรที่เป็นความต้องการของประเทศ เช่น หลักสูตรพยาบาล เป็นต้น

10. สถาบันควรกำหนดกรอบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับมาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 เพื่อให้สามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพตามแนวทางการเรียนการสอนรูปแบบ Work-based Education เพื่อให้ได้ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ต้องการเกิดขึ้นกับผู้เรียน (Learning Outcomes)

11. สถาบันได้สร้างผลงานในการลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาผ่านกองทุนเพื่อชีวิตแห่งการเรียนรู้ หรือ PIM SMART โดยช่วยเหลือค่าเทอม ค่าครองชีพ ค่าหอพัก ค่าเดินทาง ค่าอุปกรณ์การเรียน เพื่อให้เยาวชนได้รับการศึกษาอย่างต่อเนื่องและเท่าเทียมเป็นปัจจัยสำคัญทำให้นักเรียนตัดสินใจมาศึกษาต่อในแต่ละปี หากสถาบันได้นำจุดเด่นดังกล่าวไปประชาสัมพันธ์ร่วมด้วยจะทำให้มีผู้สนใจเข้าศึกษากับสถาบันมากขึ้น

12. สถาบันควรเตรียมความพร้อมทีมงานแนะแนวในแต่ละโรงเรียนตามกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมากขึ้น โดยร่วมมือกับอาจารย์ในสาขาวิชาที่สอดคล้องกับนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้อาจารย์ได้เตรียมการแนะแนวได้ตรงกับความต้องการและความถนัดของนักเรียนในแต่ละโรงเรียนดังกล่าว

13. สถาบันอาจพิจารณาเพิ่มรูปแบบการกระจายการศึกษาไปยังหน่วยการเรียนรู้ทางไกล และการจัดการศึกษาผ่านระบบ



เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้ผู้ต้องการศึกษาที่อาจจะไม่มีความพร้อมในการเข้าสู่ระบบได้ต่อยอดความรู้จากทฤษฎีและเพิ่มพูนทักษะจากการทำงาน และเปิดโอกาสให้นำทักษะและประสบการณ์ทำงานมาเทียบโอนหน่วยกิตและผลการศึกษาได้

นโยบายจากผู้บริหารระดับสูงของสถาบัน สถาบันได้สรุปนโยบายจากผู้บริหารระดับสูงทั้ง 3 ท่าน ได้ดังนี้

1. หลักสูตรต้องสอดคล้องกับเครือข่าย และทิศทางของประเทศ
2. หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นต้องทำให้เป็น Premium ทำให้น่าสนใจ ทำให้ขายได้เพื่อให้คณะและสถาบันอยู่รอดให้ได้
3. เครือข่าย กำลังเน้นเรื่อง 1.)รถไฟความเร็วสูง 2.)พลังงานทดแทน (มุ่งสู่Green, พลังงานทดแทนจากพืช) เป็นโอกาสของ PIM ในการสร้างคนและสนับสนุนทางวิชาการ
4. Basic Professional Skill/ Mindset ที่สำคัญที่ควรส่งต่อนักศึกษา เช่น การขาย การตลาด
5. ครูต้องพัฒนาตนเองตลอดเวลา ต้องพัฒนาการเรียนการสอนส่งต่อด้วย Mindset “ครูกำลังพัฒนาคน”
6. อาจารย์ต้องตามให้ทันองค์ความรู้ใหม่ ๆ ของเด็ก และทำให้ตัวเองเป็น Facilitator



อาจารย์พรวิทย์ พิชรินทร์ตะนกุล
รองอธิการบดีอาวุโส สายวิชาการ



รศ.ดร. สมภพ มานะรังสรรค์
อธิการบดี



คุณสยาม โชคสว่างวงศ์
รองอธิการบดีอาวุโส สายบริหาร

ร่าง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 - 2570)

หมายเหตุที่ 12 ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูงมุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต

1. การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของทางเทคโนโลยี วิถีชีวิตและวัฒนธรรมกับความต้องการงานและทักษะใหม่ ๆ ทางพฤติกรรม (Soft Skills)
2. ลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและทักษะเพิ่มสูงมากขึ้น
3. การพัฒนาคุณภาพการศึกษาและฝึกอบรมตลอดจนส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต
4. พัฒนากำลังคนที่มีสมรรถนะสูง

แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579

- การผลิตและพัฒนากำลังคน การวิจัย และนวัตกรรมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
- ส่งเสริมการผลิตและพัฒนากำลังคนที่มีความเชี่ยวชาญและเป็นเลิศเฉพาะด้าน
- พัฒนามาตรฐานหลักสูตรวิชาชีพตามกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ (NQF) มาตรฐานอาชีพ/วิชาชีพที่สอดคล้องกับตลาดแรงงานและยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0
- ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างองค์ความรู้ และนวัตกรรมที่สร้างผลผลิตและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ
- พัฒนาคุณภาพครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา

แผนพัฒนาการศึกษาระดับกลาง พ.ศ.2566 – 2570

(พื้นที่ภาคกลางประกอบด้วย ลพบุรี สระบุรี พระนครศรีอยุธยา สิงห์บุรี ชัยนาท อ่างทอง นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสงคราม สมุทรสาคร เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และ กรุงเทพมหานคร)

1. ส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาเรียนรู้ให้เป็นกำลังคนที่มีทักษะรองรับอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต
2. ยกระดับคุณภาพมาตรฐานการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีทักษะในศตวรรษที่ 21
3. ส่งเสริม สนับสนุนการเข้าถึงบริการทางการศึกษาและส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต
4. เสริมสร้างการจัดการศึกษาเพื่อสร้างความเป็นพลเมือง และนำแนวคิดตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สู่การปฏิบัติเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี
5. พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารและการจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม จัดหาอุปกรณ์/ทรัพยากรพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้แก่ผู้เรียนอย่างทั่วถึง และสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการจัดการศึกษา

จากข้อมูล Policy & Purpose จากหลากหลายข้อมูลที่สถาบันได้รวบรวมมา สามารถวิเคราะห์ และสรุปประเด็น เพื่อเป็นทิศทางในการจัดทำแผนกลยุทธ์ของสถาบันได้ดังนี้

1. ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และพัฒนาคนให้มีสมรรถนะสูง
2. ส่งเสริมการสร้างสรรคงานวิจัยที่ใช้งานได้จริง และการทำนวัตกรรมที่ขายได้
3. “ทุกคนต้องเป็นนักรบ ต้องไม่มีคนนั่งอยู่ในออฟฟิศ ต้องมีทักษะการขายและพร้อมขายทุก Product & Services”
4. นำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กรให้เกิดประโยชน์ เช่น Application/ Wallet ต่าง ๆ
5. เสาะหาคนเก่ง พัฒนาคน พัฒนาครู และสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรทุกกลุ่ม
6. เรื่องใหม่ต้องให้คนใหม่ทำ และคนต้องรักการเปลี่ยนแปลงพร้อมทำเรื่องที่ทำทลาย
7. พัฒนา Product & Service ให้เป็น Premium และต้องทำให้ขายได้ดึงดูดลูกค้าให้ได้
8. พัฒนาตามทิศทางของเครือข่าย 1.) รถไฟความเร็วสูง 2.) พลังงานทดแทน
9. ใช้ประโยชน์จาก EEC



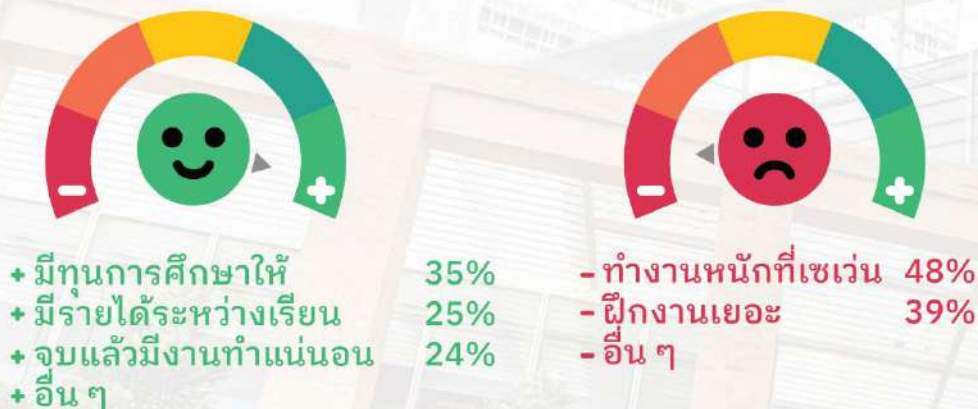
I : AS/IS

สถาบันมีกรอบในการวิเคราะห์สถานะปัจจุบัน (I:AS/IS) ดังต่อไปนี้



1. ข้อมูลผลวิจัยการสำรวจ Stakeholder ทุกกลุ่มของสถาบัน

1.1 “การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ PIM” สอบถามจากกลุ่มประชาชนทั่วไป

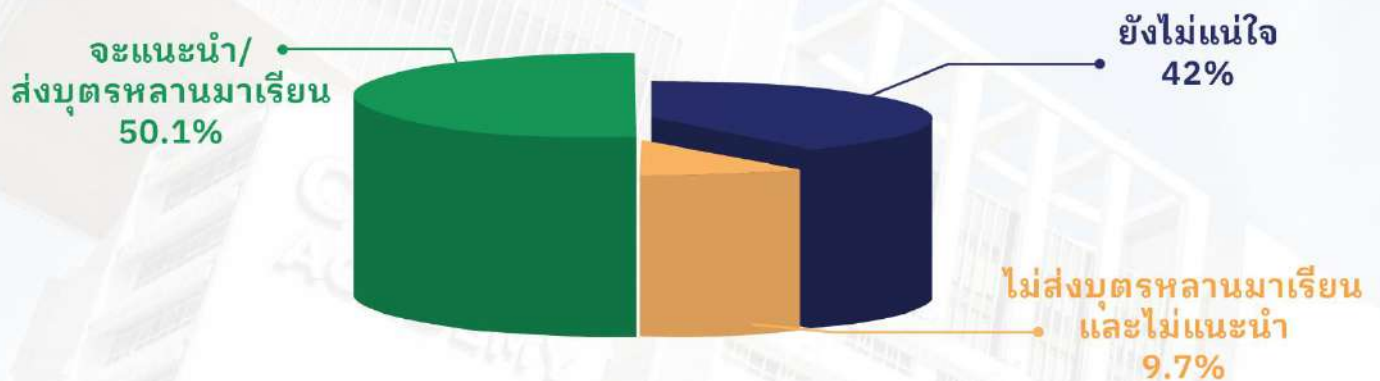


1.2. “การรับรู้ PIM Brand” สอบถามจากกลุ่มประชาชนทั่วไป

1. บัณฑิตที่เรียนจบจาก PIM มีโอกาสได้งานทำทันที ทั้งจาก CP All และบริษัทพันธมิตร
 2. PIM เป็นสถาบันอุดมศึกษาซึ่งก่อตั้งและได้รับทุนสนับสนุนจาก CP All
 3. PIM มีการเรียนการสอนแบบ WBE ที่เน้นเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ได้ปฏิบัติจริง
- ข้อที่คะแนนต่ำสุด คือ “PIM สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคการศึกษาในระดับนานาชาติ ทั่วโลก



1.3. “ความสนใจแนะนำในการศึกษาต่อ หาก PIM ไม่มีทุนให้นักศึกษา” สอดถามจากกลุ่มผู้ปกครอง



2. ผลจากการทำ Focus Group จากข้อมูลงานวิจัย

“ข้อมูลจากการ Focus Group นักศึกษา”

- เป้าหมายของผู้เรียน คือ ประสบการณ์ การมีงานทำ มีรายได้ระหว่างเรียน
- นักศึกษาทุกคนชอบเรียน Onsite บางส่วนพูดถึง Hybrid ในบางวิชา เช่น ทฤษฎี Online/ Lab-Onsite
- 40% อยากเรียนวิชาที่สนใจ & สร้างทักษะชีวิต เช่น การลงทุนการเงิน ออกแบบชีวิตหรือได้ Certificate ติดตัว
- เนื้อหาบทเรียนย้อนหลังที่ย่อยง่าย เช่น สรุป 30 นาที
- Soft skill จะได้จากการเจออาจารย์ เจอเพื่อน คุยถึงประสบการณ์ชีวิต
- 60% ต้องการ พื้นที่และโอกาสทำกิจกรรม/ รวมกลุ่ม เช่น ไม่รู้ว่ามีชมรมอะไร
- เป้าหมายระยะยาวของนักศึกษา (ระยะ 10 ปี up) ต้องการมีธุรกิจของตนเอง
- ต่างจากนักศึกษาที่ทำนวัตกรรม เป้าหมาย คือ มีธุรกิจของตัวเองหลังจบทันที
- ข้อมูลที่ได้รับจากการแนะนำไม่ตรงกับหลักสูตรที่เรียน
- 60% ไม่สนใจที่จะกลับมาเรียนอีก ถ้าอยากได้ความรู้จะหาจากทั่วไป
- นักศึกษา EEC สะท้อน Facility ที่ไม่พร้อม และการเรียนการสอน Online บางอย่างที่ไม่เข้ากับรายวิชา



3. สอบถามความต้องการของลูกค้าในอนาคต

“ข้อมูลจากการ Focus Group นักเรียนโรงเรียนสาธิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์”

(นักศึกษา PIM ในอนาคต) เดือนมกราคม 2565

1. นักเรียนมีความคิดเป็นของตัวเอง มีวุฒิภาวะ จึงตอบได้ว่าตนมีเป้าหมายว่าอะไรหรือต้องการเรียนอะไร
2. บางคนเรียนม.ต้นมาจากที่อื่น กล่าวว่าสาธิต PIM ดีกว่า ทำให้มีประสบการณ์มีตัวอย่าง มีความหลากหลายของเนื้อหา และมีเทคโนโลยีในการสอน
3. นักเรียนชอบเรียน Onsite มากกว่า เพราะบรรยากาศเอื้อต่อการเรียนรู้ มีครูให้ถามมีเพื่อนให้คุย
4. การวางแผนในอนาคตของน้องจาก 5 ใน 7 คน มีแผนไปเรียนต่อที่ต่างประเทศ มหาวิทยาลัยในไทยที่เลือกเรียนก็คือ จุฬา ธรรมศาสตร์ มหิดล สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี
5. สิ่งที่ต้องการในมหาวิทยาลัย ต้องการประสบการณ์ไปต่อยอด แลกเปลี่ยนกับผู้สอน ได้บรรยากาศในการเรียนรู้/สภาพแวดล้อมที่ดี
6. ถามถึง Metaverse ยังไม่ค่อยเข้าใจ บางคนเข้าใจ ดูน่าสนใจ

จากผลการคัดเลือกโรงเรียนเพื่อศึกษาต่อของนักเรียนโรงเรียนสาธิต สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่ามีนักเรียนเพียง 6 คน จาก 56 คนที่เลือกเรียนต่อที่ PIM ทั้ง ๆ ที่สาขาที่เลือกนั้นมีสาขาที่เปิดการเรียนการสอนที่สถาบันจึงอาจสามารถพูดได้ว่า “Branding และหลักสูตรของสถาบันยังไม่ดึงดูดนักเรียนเก่ง”

“Branding และหลักสูตรของ PIM ยังไม่ดึงดูดนักเรียนเก่ง”

ผลจากการสัมภาษณ์นักเรียนโรงเรียนสาธิต PIM



4. ผลการดำเนินงานของสถาบันในปีที่ผ่านมา

นอกเหนือจากข้อมูลงานวิจัยที่สถาบันได้สำรวจ การสอบถามเชิงลึกจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าในอนาคตแล้วสถาบันยังนำผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาวิเคราะห์ควบคู่กันด้วยซึ่งได้แสดงข้อมูลผลการดำเนินงานปัจจุบันไว้ใน บทที่ 4 รายงานผลการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์และแผนบริหารความเสี่ยงสถาบัน ปีการศึกษา 2565 หากแผนงานหรือผลการดำเนินงานที่ทำได้บรรลุตามเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง ส่วนนั้นจะเป็นจุดแข็งที่สถาบันทำได้ดี ส่วนแผนงานหรือผลการดำเนินงานที่ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย สถาบันจะกำหนดเป็นจุดที่ต้องพัฒนาและนำข้อมูลกลับมาวิเคราะห์เพื่อพัฒนาในปีต่อไป

5. คำแนะนำจากการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษา (EdPEX) ของสถาบันปีการศึกษา 2564

1. พัฒนาอาจารย์อย่างต่อเนื่องทั้งในด้านคุณวุฒิและตำแหน่งทางวิชาการ
2. คณะควรส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ประจำคณะตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานในระดับคุณภาพที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในวารสารวิชาการทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ เพื่อประโยชน์ในการขอตำแหน่งทางวิชาการ
3. สถาบันควรมีช่องทางในการรับฟังเสียงของลูกค้าให้ครอบคลุมนักศึกษาต่างชาติเพื่อการจัดการที่ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังให้เหมาะสม

จากข้อมูลAS/ISที่สถาบันได้รวบรวมตามกรอบแนวคิดข้างต้นสามารถวิเคราะห์สถานะปัจจุบันของสถาบันโดยแบ่งเป็น 2 มิติ ดังนี้

วิเคราะห์สถานะปัจจุบันของสถาบันมิติจุดแข็ง

- ▲ การมีระบบการศึกษาแบบ Work-based Education ที่องค์กร/หน่วยงานภายนอกให้การยอมรับ
- ▲ เป้าหมายของนักศึกษาสอดคล้องกับที่ PIM คือ ต้องการประสบการณ์ มีงานทำ มีรายได้ระหว่างเรียน
- ▲ ผู้ปกครองนักศึกษาใหม่ รับรู้เกี่ยวกับ PIM ว่า นักศึกษา ได้เรียนควบคู่กับการฝึกปฏิบัติงาน และเรียนจบจะมี โอกาสทำงานสูง
- ▲ งานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง
- ▲ มีแนวทางในการส่งเสริมวัฒนธรรมนักศึกษาและบุคลากร ที่ชัดเจน และต่อยอดสู่การจดทรัพย์สินทางปัญญา อย่างเป็นรูปธรรม
- ▲ ผลงานนวัตกรรมของนักศึกษาได้รับการต่อยอดสู่ เกระดับประเทศและนานาชาติและสามารถได้รับทุน เพื่อทำธุรกิจแบบ New S Curve
- ▲ สถาบันเป็นที่รู้จักและมีหน่วยงานทั้งภายในและ ต่างประเทศเข้ามาศึกษาดูงานเป็นจำนวนมาก
- ▲ วัฒนธรรมการทำงานแบบ Agility และความ เชี่ยวชาญของบุคลากร
- ▲ การสนับสนุนจาก CP All และเครือ CP



วิเคราะห์สถานะปัจจุบันของสถาบันมิติจุดอ่อน

- ▼ PIM Brand ยังไม่สามารถดึงดูดนักศึกษาเก่งได้
- ▼ การวัดผลเรื่อง Brand ในระดับสาขาวิชายังไม่มี ผลลัพธ์ชัดเจน
- ▼ สร้างประสบการณ์ทั้งการเรียนการสอนและการ บริการทางออนไลน์ให้นักศึกษาแบบไร้รอยต่อ
- ▼ เสริม Soft skill ในขณะที่มีการเรียนแบบ Hybrid
- ▼ มีการจัดการความรู้ขององค์ความรู้บุคลากร เพื่อสร้างมูลค่าสู่ภายนอกแต่ยังขาดการทำการตลาด และประสานพลังจากเครือข่ายให้มีประสิทธิภาพ มากกว่าปัจจุบัน
- ▼ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีที่เอื้อต่อการเรียน การสอน การทำงาน และการบริหารงานในอนาคต
- ▼ มีการผลักดันเรื่อง S-Curve มีมากขึ้น ผลงาน ที่น่าสนใจมากขึ้นแต่การเชื่อมโยงสู่ตลาดเป็นไปได้น้อย
- ▼ ผลักดันการตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติให้ มากขึ้น
- ▼ การบริหารจัดการเรื่องศิษย์เก่า ดึงศิษย์เก่า กลับมาทำกิจกรรมและใช้ประโยชน์ร่วมกัน ยังทำได้ไม่เต็มที่



M : Major Factors

สถาบันมีกรอบในการวิเคราะห์ M : Major Factor ใน 3 มิติ โดยมีเนื้อหาของแต่ละมิติที่สามารถสรุปได้พอสังเขป ดังนี้

M : Major Factors วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน

1. สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบ

2. สถานการณ์ด้านการศึกษา

3. สถานการณ์การแข่งขันทางการตลาด

1. สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม

เทคโนโลยี ที่ส่งผลกระทบกับสถาบัน ซึ่งสถาบันค้นพบว่า

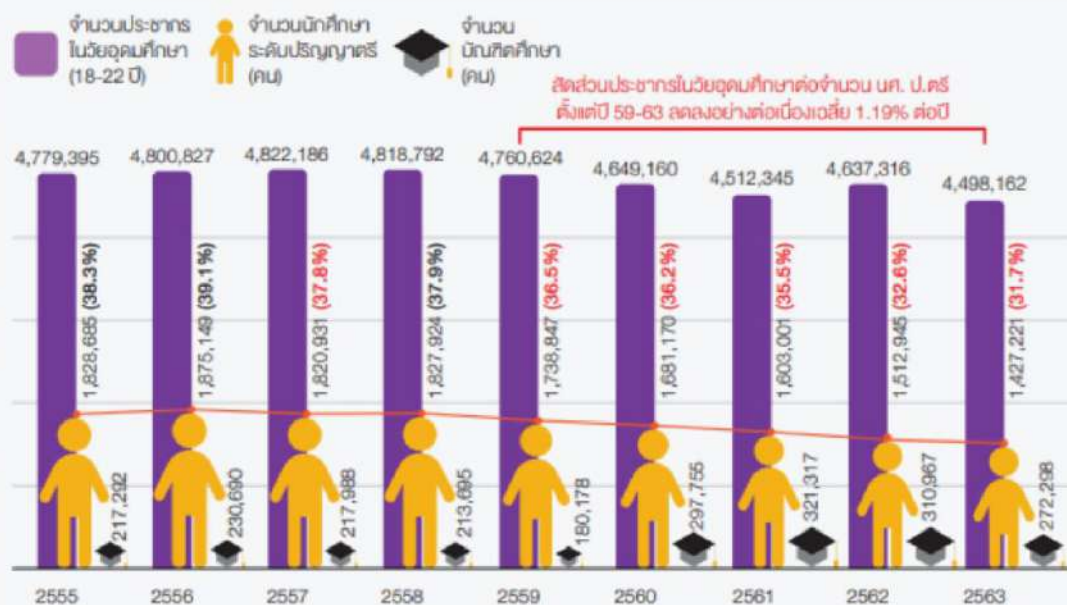
จากสถานการณ์อัตราการเกิดของเด็กที่เกิดน้อยลง

ส่งผลกระทบโดยตรงต่อจำนวนของผู้เรียนในแต่ละระดับ

การศึกษาที่ลดลง จากภาพเป็นการแสดงสถิติจำนวน

นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิตศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา

สังกัดกระทรวงการอุดมศึกษาฯ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2555 - 2563 โดยจะเห็นได้ว่าภาพรวมแต่ละปีจำนวนนักศึกษาค่อย ๆ ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในปีพ.ศ. 2559 - 2563 สัดส่วนจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรีลดลง โดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์เท่ากับ 1.19% / ปี



ภาพกราฟแสดงจำนวนนักศึกษาระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาสังกัดกระทรวงการอุดมศึกษาฯ เปรียบเทียบกับจำนวนประชากรในช่วงวัยอุดมศึกษา (อายุระหว่าง 18-22 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2555-2563)

และจากสถานะเศรษฐกิจที่สะท้อนมาจากสถานการณ์โควิด (Covid 19) ที่ต่อเนื่องหลายปีทำให้หลายครอบครัวชะลอการส่งบุตรหลานเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาและในผลกระทบจากสถานการณ์เดียวกันนี้ทำให้รูปแบบการเรียนการสอนถูกปรับเปลี่ยนฉับพลันทันด่วน ทุกสถาบันการศึกษาต้องนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในกระบวนการเรียนการสอนมากขึ้น ส่งผลต่อการปรับรูปแบบการเรียนการสอนที่ต้องเอื้อต่อผู้เรียนทำให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ ทั้งในรูปแบบออนไลน์ (Online) และรูปแบบผสม (Hybrid) และยังต้องให้ประสิทธิภาพของการเรียนมีคุณภาพเท่าเดิมด้วย

นอกจากนี้ การพัฒนาทางเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดที่ส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษา คือ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยี Open AI ที่เรียกว่า Chat GPT ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก Microsoft ChatGPT เป็นรูปแบบหนึ่งของซอฟต์แวร์สร้างภาษา GPT-3.5 ยอดนิยมของ OpenAI ซึ่งออกแบบมาเพื่อดำเนินการสนทนากับผู้คน สามารถตอบคำถาม การปฏิเสธคำถามที่ไม่เหมาะสม และแม้กระทั่งการยอมรับข้อผิดพลาด โดย ChatGPT ได้รับการพัฒนาด้วยการรวบรวมข้อมูลจำนวนมหาศาล มันเรียนรู้ที่จะจดจำรูปแบบที่ทำให้สามารถสร้างข้อความของตัวเองที่เลียนแบบรูปแบบการเขียนต่าง ๆ ได้ ซึ่งจากการพัฒนาของเทคโนโลยีนี้เอง ส่งผลกระทบต่อกระบวนการเรียนการสอนเป็นอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถใช้ค้นหาความรู้ เรียบเรียงงาน หรือแม้แต่กระทั่งทำการบ้านแทนนักศึกษาได้จากการตั้งคำถามไปในโปรแกรม ส่งผลให้สถาบันการศึกษารวมทั้งผู้สอน ต้องปรับเนื้อหา รูปแบบการเรียนการสอนที่น่าสนใจ และกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดกระบวนการเรียนรู้ที่ดีกว่า Chat GPT และสถาบันได้ทดลองค้นหาข้อมูลด้วยการตั้งคำถามจาก Chat GPT 2 เรื่อง คือ

1. จากการประมวลผลข้อมูลด้วย Chat GPT ถึงมหาวิทยาลัยที่เป็น World Class University พบว่ามีกลยุทธ์ในการบริหารที่สำคัญ 8 เรื่องต่อไปนี้

- 1.) กำหนดวิสัยทัศน์ให้ชัดเจนและสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้-เสียทราบ
- 2.) มีกลยุทธ์ที่แสดงให้เห็นถึงความยั่งยืน และการเติบโตในระดับ Hypergrowth
- 3.) ลงทุนในการพัฒนาบุคลากรทั้งด้านวิชาการและบริหาร
- 4.) ลงทุนในการทำวิจัยและสร้างนวัตกรรม
- 5.) จัดระบบการบริหารที่ให้ความสำคัญกับความสำเร็จของผู้เรียน เช่น การจัดสิ่งแวดล้อมในการเรียนที่ดี ดูแลผู้เรียนอย่างใกล้ชิด ฯลฯ
- 6.) มองหาโอกาสและสร้างเครือข่ายกับสถาบันการศึกษาและอุตสาหกรรมในระดับนานาชาติ
- 7.) เปิดรับและนำเทคโนโลยีเพื่อการเรียนการสอน การวิจัย และนวัตกรรม
- 8.) สร้างแบรนด์โดยกลยุทธ์ทางตลาดและการสื่อสาร

To Be World-Class University Strategy

1. Define world-class university Vision and Communicated to all stakeholders.

2. Sustainability & Hypergrowth Strategic Executions

3. Invest in Faculty and Staff : Recruiting and retaining top talent team /Competitive Rewards/Professional and Leadership development opportunities.

4. Research and Innovation Focus : Investing in research facilities /equipment /technology / Space & Opportunity / Innovative and Collaborative culture.

5. Prioritize Student Success : Supportive learning environment / *TSR* /Academic programs/*Opportunities for Work-Based Learning* (experiential learning)/ support services such as counseling, career services, and academic advising.

6. Outlook and Global Connections with other universities, industries, and organizations around the world..

7. Open and Adopting new technologies and teaching methods, and exploring new areas of research and Innovation.

8. Build Strong brand through marketing and communication strategies.

Overall, becoming a world-class university requires sustained and strategic investment in people, research, and infrastructure, and strong commitment to student success and innovation.



2. และเมื่อลองค้นหาด้วยการป้อนคำถามที่ว่า **“10 อาชีพที่ AI ทำแทนไม่ได้คืออะไรบ้าง?”** ด้วย Chat GPT จึงได้ผลออกมาดังภาพที่เห็น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ChatGPT		
Examples	Capabilities	Limitations
"Explain quantum computing in simple terms"	Remembers what user said earlier in the conversation	May occasionally generate incorrect information
"Got any creative ideas for a 10 year old's birthday?"	Allows user to provide follow-up corrections	May occasionally produce harmful instructions or biased content
"How do I make an HTTP request in Javascript?"	Trained to decline inappropriate requests	Limited knowledge of world and events after 2021

ภาพ Program Chat GPT

1. **นักจิตวิทยา** เพราะ AI ขาดการเอาใจใส่ และไม่มีการสัมผัสแบบมนุษย์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการทำ ความเข้าใจ และพฤติกรรมของมนุษย์

2. **ศิลปิน** เพราะความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะเฉพาะของมนุษย์ที่ AI ไม่สามารถทำแทนได้

3. **นักสังคมสงเคราะห์** เพราะ การจัดการปัญหาทางสังคมที่ซับซ้อน และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นนั้น ต้องการการสัมผัสจากมนุษย์ ซึ่ง AI ไม่สามารถทำได้

4. **ครู** เพราะ AI ไม่สามารถแทนที่สายสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียนได้ และสัญชาตญาณของมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญในการชี้แนะการเติบโตและพัฒนาการของนักเรียน

5. **นักเขียน** เพราะ ถึงแม้ว่า AI สามารถสร้างข้อความได้ แต่ก็ขาดความคิดสร้างสรรค์ และอารมณ์ที่ลึกซึ้งซึ่งจะมีในงานเขียนของมนุษย์

6. **ก๊วก** เพราะการทำอาหารต้องใช้ประสาทสัมผัสที่ AI ไม่มี เช่น รสชาติ กลิ่น และสัมผัส

7. **ทนายความ** เพราะ กฎหมายมีความซับซ้อน และมักเกี่ยวข้องกับ ความแตกต่าง และพื้นที่สีเทาที่ AI ไม่สามารถนำทางได้หากไม่มีการนำทางของมนุษย์

8. **ผู้ประกอบการ** เพราะการเริ่มต้น และสร้างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ การรับความเสี่ยง และการปรับประยุกต์

9. **หมอ** เพราะ AI สามารถช่วยในการวินิจฉัยและคำแนะนำในการรักษาได้ แต่ไม่สามารถแทนที่การเอาใจใส่ และการสื่อสารที่จำเป็นในการดูแลผู้ป่วย

10. **นักการเมือง** เพราะ การตัดสินใจทางการเมืองเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจคุณค่า และการพิจารณาทางจริยธรรม ซึ่งต้องใช้เหตุผลและวิจารณญาณของมนุษย์



2. สถานการณ์ด้านการศึกษาระยะใหม่ สถาบันได้รวบรวมข้อมูลสถานการณ์ด้านการศึกษาที่ส่งผลกระทบต่อสถาบันทั้งในแง่ของผู้เรียนที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาที่ได้ปริญญาอย่างน้อย แต่ในขณะเดียวกันในองค์กรต่างๆหันมาสนใจการพัฒนาบุคลากรมากขึ้น สนใจการ Reskill/Upskill คนทำงานมากขึ้นซึ่งนี่ก็ถือเป็นโอกาสอย่างหนึ่งของสถาบันด้วยเช่นกันแต่ในขณะเดียวกันหลายองค์กรชั้นนำก็ได้พัฒนา Platform การเรียนรู้สำหรับบุคลากรในองค์กรและยังเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้าไปเรียนรู้ได้ฟรีอีกด้วย นี่จึงเป็นความท้าทายของสถาบันที่ต้องทำให้เนื้อหาที่น่าสนใจและแตกต่างจากความรู้ที่สามารถหาได้ทั่วไป



ตัวอย่าง Platform การเรียนรู้ของภายนอก

นโยบายจากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.)

นอกจากนี้สถาบันยังได้ศึกษานโยบายด้านการศึกษาที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งในปี พ.ศ.2566 กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ได้ออกมาตรฐานใหม่ด้านการศึกษา เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาใช้เป็นแนวทางในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาและสามารถผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพเป็นไปตามกฎกระทรวงมาตรฐานการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 และบรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดการอุดมศึกษาตามเจตนารมณ์แห่งพระราชบัญญัติการอุดมศึกษา พ.ศ. 2562 โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ชื่อปริญญาที่แตกต่างกันสามารถขอขึ้นให้คณะกรรมการ กมอ. พิจารณาเพิ่มเติม
2. ระบบการจัดการศึกษามีความยืดหยุ่นขึ้น แต่ต้องเทียบเคียงได้กับระบบทวิภาคเดิม (2 ภาค)
3. ให้อำนาจสภาสถาบันมากขึ้นในการกำหนด เรื่องต่อไปนี้ เช่น ระยะเวลาการศึกษาสูงสุด กำหนดคุณสมบัติอาจารย์ประจำใหม่ด้านความสามารถภาษาอังกฤษ เทียบคุณสมบัติอาจารย์ประจำหลักสูตรที่ไม่ตรง เป็นต้น
4. การมุ่งเน้นการบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ เป็นเกณฑ์การวัดผลและการสำเร็จการศึกษา
5. การมีนักวิจัยประจำเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้ โดยมีคุณวุฒิและคุณสมบัติเหมือนอาจารย์ประจำหลักสูตร

ซึ่งจากนโยบายดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงนโยบายที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้นต่อสถาบันการศึกษา ซึ่งจะกลายเป็นโอกาสที่ช่วยให้สถาบันการศึกษาสามารถพัฒนาหลักสูตร จัดรูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลายได้มากขึ้น

นอกจากมาตรฐานการศึกษาข้างต้นอว.ยังมีนโยบายด้านการศึกษาอื่นๆที่ขับเคลื่อนการศึกษาและสอดคล้องและเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางการดำเนินงานของสถาบันดังต่อไปนี้



1. Corporate and Work Integrated Learning : CWIE คือหลักสูตรการเรียนการสอนในลักษณะการร่วมผลิตระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการ เพื่อให้บัณฑิตพร้อมสู่โลกแห่งการทำงานจริงได้ทันทีและมีสมรรถนะตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานซึ่งแนวทางนี้เป็นแนวทางที่สอดคล้องกับระบบการเรียนการสอน Work-based Education ของสถาบัน

2. ระบบคลังหน่วยกิต (Credit Bank) เป็นระบบที่สามารถรับฝากหน่วยกิตของผู้เรียน ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัย แต่เป็นใครก็ได้ที่เมื่อไปเรียนในหลักสูตรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น หลักสูตรประกาศนียบัตร หลักสูตร Non-Degree หรือหลักสูตรการฝึกอบรมทั่วไป ก็สามารถนำหน่วยกิตมาเก็บสะสมไว้ได้ในธนาคารกลางแห่งนี้โดยเมื่อสะสมหน่วยกิตได้ถึงระดับหนึ่งจะได้รับใบประกาศนียบัตรความเชี่ยวชาญหรือปริญญาบัตร เพื่อแสดงถึงการเป็นผู้มีความรู้และทักษะในด้านต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ในการทำงานและการทำธุรกิจได้ ซึ่งแนวทางนี้ถือเป็นโอกาสของสถาบันในการพัฒนาหลักสูตรแบบ Reskill/Upskill ขยายกลุ่มลูกค้าให้หลากหลายและเพิ่มทักษะที่จำเป็นในอนาคตได้

3. โครงการบัณฑิตพันธุ์ใหม่ เป็นการสร้างกำลังคนที่มีสมรรถนะสูงสำหรับอุตสาหกรรม New Growth Engine ตามนโยบาย Thailand 4.0 เป็นหลักสูตรที่ผสมผสานสัดส่วนของวิชาการและวิชาชีพ สร้างโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้การปฏิบัติงานจริงที่ตรงกับความต้องการตลาดแรงงาน พร้อมเพิ่มอาชีพให้คนวัยทำงาน เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (lifelong learning) โดยมีระดับการศึกษา 2 แบบ คือ

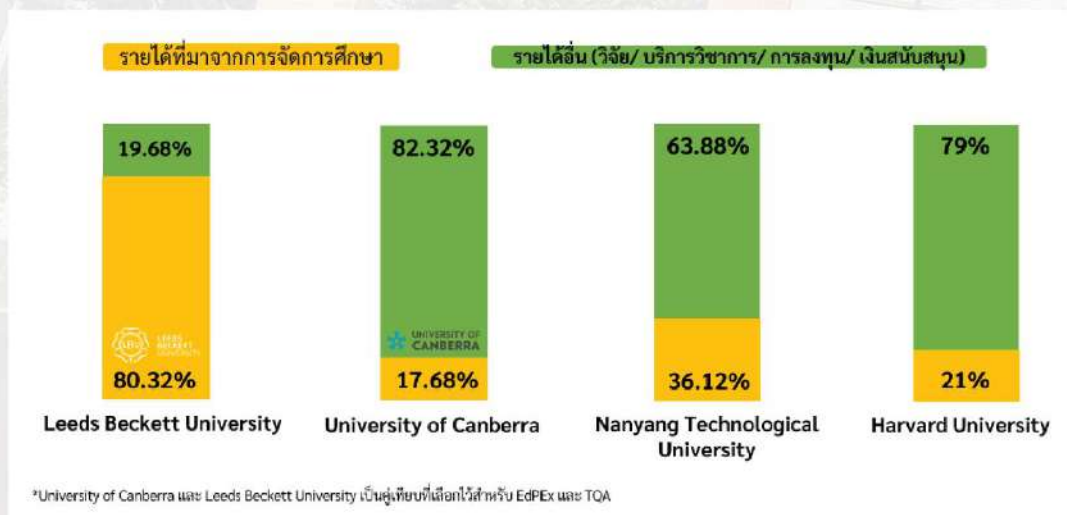
(1) ปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา (Degree)

(2) ประกาศนียบัตร (Non-Degree) ซึ่งการจัดหลักสูตรภายใต้โครงการนี้ต้องสอดคล้องกับอุตสาหกรรมกลุ่มเป้าหมาย และมีหลายสาขาวิชาของ สถาบันที่สอดคล้องและพร้อมต่อการจัดหลักสูตรดังกล่าว ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งโอกาสของสถาบันที่สามารถทำได้



3. สถานการณ์การแข่งขันทางการตลาด จากข้อมูลสถานการณ์ภายนอกของมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ที่อยู่ในระดับอุดมศึกษาเหมือนกับสถาบัน มีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก แต่ละมหาวิทยาลัยที่เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนจัดโปรโมชั่นในการรับสมัคร เช่น การมอบทุนเมื่อสมัครเข้าเรียนแจก I-Pad เมื่อสมัครเข้าเรียน มอบส่วนลดเมื่อสมัครเรียน เป็นต้น รวมทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีการคัดเลือกนักศึกษาที่เรียกว่า TCAS ซึ่งในปีนี้แต่ละมหาวิทยาลัยได้ปรับลดเกณฑ์การรับนักศึกษาลง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดเดียวกันสูงมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อสถาบัน และการรับนักศึกษาของสถาบันด้วย

นอกเหนือจากสถานการณ์การศึกษาในประเทศไทยแล้ว สถาบันยังศึกษาสถานการณ์การศึกษาของมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ โดยศึกษาจากมหาวิทยาลัยที่เป็นคู่แข่งกับสถาบัน และมหาวิทยาลัยที่มีรูปแบบการเรียนการสอนที่ใกล้เคียงกับสถาบัน จากข้อมูลผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย พบว่าทุกมหาวิทยาลัยมีแนวโน้มในการหารายได้อื่น ๆ ควบคู่กับรายได้ที่มาจากการจัดการศึกษาหรือการเรียนการสอนปกติ ซึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์ของผู้เรียนที่เปลี่ยนไปทั้งจำนวนที่ลดลงและพฤติกรรมการศึกษาต่อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นทั่วโลกทำให้มหาวิทยาลัยต้องปรับตัวด้วยการหารายได้อื่น ๆ มาทดแทนรายได้จากการเรียนการสอนที่ลดลง ทั้งการทำวิจัย บริการวิชาการ การบริหารการเงินและลงทุน หรือแม้กระทั่งหาเงินสนับสนุนอื่น ๆ จากภายนอกเพื่อความอยู่รอด อย่างเช่น 1 ใน 2 มหาวิทยาลัยที่สถาบันนับเป็นคู่แข่งภายใต้เกณฑ์การประเมิน EdPEX/ TQA คือ University of Canberra ในปีที่ผ่านมารายได้กว่าร้อยละ 82.23 เป็นรายได้ที่มาจากรายได้อื่น ๆ มีเพียงแค่ร้อยละ 17.68 เท่านั้นที่เป็นรายได้ที่มาจากการจัดการศึกษาปกติ เช่นเดียวกันกับ Nanyang Technological University ของสิงคโปร์ที่มีรูปแบบการเรียนการสอนคล้ายกับสถาบัน ก็ยังมีสัดส่วนของรายได้อื่น ๆ เช่น การทำวิจัย บริการวิชาการ และการลงทุน รวมกันมากกว่ารายได้ที่มาจากการจัดการเรียนการสอนปกติ หรือแม้กระทั่งในมหาวิทยาลัยชั้นนำอย่าง Harvard University ก็มีรายได้ที่มาจากการเรียน การสอนเพียงร้อยละ 21 เท่านั้น นอกเหนือจากนั้นเป็นรายได้อื่นที่มหาวิทยาลัยพยายามสร้างโอกาสเพื่อหารายได้มาทดแทนรายได้จากการเรียน การสอนที่มีแนวโน้มลดลงตามจำนวนนักศึกษา



จากกรอบการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยภายนอกในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันทำให้สถาบันสามารถสรุปการวิเคราะห์ได้ 6 มิติ ดังนี้

Customer

- ★นักเรียนลดลงแต่มีทางเลือกมากขึ้นมีรูปแบบการศึกษาที่หลากหลายมากขึ้น
- ★นักเรียนให้ความสำคัญกับการได้ปริญญาบัตรน้อยลงแต่ต้องการทักษะเฉพาะบางอย่างในการทำงาน
- ★ฐานลูกค้าอาจไม่ใช่แค่นักเรียน/นักศึกษา แต่เป็นคนที่ต้องการทักษะ/ความรู้เพื่อไปใช้ในงาน
- ★ เกิด New Normal หลัง Covid-19 ด้านการศึกษาที่เป็นรูปแบบ Online ผสมกับ Offline หรือ Hybrid Learning มากขึ้น

Competition

- ★การแข่งขันอย่างรุนแรงของสถานศึกษา ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ★ การเปิดหลักสูตรออนไลน์จากของมหาวิทยาลัยชื่อดังต่างประเทศ
- ★เกิด New Normal หลัง Covid-19 ทางเศรษฐกิจโดยจะเป็น Home Centric Economy มากขึ้น การศึกษาแบบได้ปริญญาอาจมีความสำคัญน้อยลง
- ★หลายบริษัทพัฒนา Academy/ หลักสูตรของตัวเองให้แก่คนในองค์กรและภายนอก
- ★หลายมหาวิทยาลัยสร้างโอกาสการหารายได้ใหม่ๆมากขึ้น เพื่อช่วยทดแทนรายได้จากการเรียนการสอน

New Comer

- ★การสร้างหลักสูตรที่คล่องตัว (Flexibility) รวมทั้งรูปแบบการเรียนการสอนของหลักสูตรน่าสนใจ
- ★การเรียน Online เป็นเรื่องที่สถาบันต้องปรับตามสถานการณ์ของโลก
- ★หลายองค์กรเริ่มสร้าง Platform การศึกษาขึ้นมาเองเพื่อพัฒนาคนในองค์กร
- ★ การสร้างทักษะ Soft Skill บนการเรียนการสอนแบบ Hybrid

Substitution

- ★การเรียน Online ทดแทนการเรียนในมหาวิทยาลัยทั่วโลก
- ★การเรียน Online หรือเป็น Free Course มีมากขึ้น
- ★ สถาบันทางวิชาการ และการให้คำปรึกษาทั้งไทยและต่างประเทศ
- ★Corporate University / Academy ที่เกิดขึ้นมากมาย
- ★เทคโนโลยีที่รวดเร็วแบบ Open AI กำลังมีบทบาทต่อรูปแบบการเรียนการสอน

Opportunity

- ★Work-based Education เอื้อต่อการสร้าง Innovation และรองรับ Thailand 4.0
- ★ การร่วมมือกับสถาบันจากต่างประเทศที่หลากหลาย
- ★ การจัดการศึกษาและการมี Network ของสถาบันเอื้อต่อการสร้าง Start up
- ★ การขยายธุรกิจของเครือ CP ในธุรกิจใหม่ๆและพันธมิตร
- ★ ธุรกิจด้านสุขภาพ / การดูแลผู้สูงอายุ / EEC
- ★ การพัฒนา Soft Skill นักศึกษาควบคู่กับการเรียนแบบ Online ที่เพิ่มขึ้น
- ★ แผนชาติ/เกณฑ์ ของ อว. ยืดหยุ่นมากขึ้นกระจายอำนาจให้สถาบันมากขึ้น

Threat

- ★ อัตราการเกิดของเด็กมีจำนวนน้อยลง ส่งผลต่อจำนวนนักเรียนที่เข้าสู่ระบบการศึกษา
- ★ การคัดเลือกนักศึกษาด้วยระบบ TCAS ส่งผลต่อการรับนักศึกษาของสถาบัน
- ★รูปแบบการเรียนการสอนของสถาบันฯ ที่อาจยังไม่สามารถปรับให้เอื้อต่อ Gen Y/ Gen Z และความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และหลากหลายมากขึ้น
- ★ ผู้ปกครองได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจ จึงตัดสินใจชะลอการศึกษาของบุตรหลาน

PIM Strategic Foresight & Analysis

จากข้อมูลการวิเคราะห์ภายใต้มิติของ
P : Policy & Purpose, I : AS/ IS, M : Major Factors
ทั้ง 3 มิติสามารถนำไปสู่การวิเคราะห์ สังเคราะห์
ออกมาเป็น PIM Strategic Foresight & Analysis
ทั้ง 4 มิติ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



PIM Strategic Foresight 2566 & Beyond : Strategic Challenge

- SC1** ผู้เรียนน้อยลงและต้องใช้พลังในการดึงดูดและรักษาผู้เรียนมากยิ่งขึ้น
- SC2** หลักสูตรต้องตอบสนองผู้เรียนและใช้วิธีการเรียนรู้ที่หลากหลาย
- SC3** การเติบโตทางเศรษฐกิจต่ำอันเป็นผลจาก COVID-19 และสงคราม ทำให้ผู้เรียนน้อยลง การลงทุนด้านวิจัยและการใช้บริการวิชาการก็น้อยลง
- SC4** พัฒนาและสร้างประสบการณ์แบบ WBE ให้ผู้เรียนแบบ New Normal ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
- SC5** ต้องทำให้การเรียนการสอนจาก on campus/ on virtual และ on Job Experience เอื้อต่อการสร้าง Future Skill
- SC6** การเรียนรู้ของผู้เรียนต้องการการตอบสนองเร็วในขณะที่รูปแบบการเรียนการสอนปรับซ้ำ
- SC7** การเพิ่มสัดส่วนรายได้จากวิจัย บริการวิชาการและ New S-Curve
- SC8** บริหาร Service & Solution ผ่านหน่วยงานกลางและมี Speed/ Lean & Agility/ Synergy
- SC9** การสร้างและพัฒนา Innovative Talent & Entrepreneur for Business Group
- SC10** การก้าวไปสู่ Interdisciplinary Collaboration ที่ตรงกับความต้องการของ Future Workplace
- SC11** สร้าง WBE & CU ให้เป็น Premium Brand และสื่อสาร Brand สถาบันและสาขาวิชาสู่สังคมทั้งในและต่างประเทศ
- SC12** PIM People Capability & Passion in PIM WBE
- SC13** ผลการดำเนินงานต้อง Balanced ROI & SROI
- SC14** Services & Operation Cost Optimization
- SC15** Technology Disruption

PIM Strategic Foresight 2566 & Beyond : Strategic Advantage

- SA1** การมี CPG และเครือข่ายเพื่อสนับสนุน Work-based Education (เงิน, คน, brand)
- SA2** มีตลาดรองรับบัณฑิตที่ชัดเจน (ในเครือและพันธมิตร)
- SA3** มีคู่ความร่วมมือทางวิชาการพัฒนาการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และสร้างนวัตกรรมทั้งในและต่างประเทศ
- SA4** การดำเนินงานสอดคล้องกับกลยุทธ์ “Giving & Sharing Opportunity” และมีมติความยั่งยืน ของ CPG
- SA5** Work – based Education เป็นรูปธรรมของ Work Integrated Learning ในกระแสด้าน
- SA6** การใช้ความเชี่ยวชาญของศาสตร์ที่หลากหลายในสถาบันและเครือข่ายเพื่อสร้างมูลค่า (Creating Value)
- SA7** ระบบ WBE กับระบบคลังหน่วยกิตและการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพจากประสบการณ์ (Recognition of Existing Skills and Knowledge Examiner : RESK) เป็นสิ่งที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน

PIM Strategic Foresight 2566 & Beyond : Strategic Opportunity

- SO1** PIM EEC ในบริบทของระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
- SO2** Trend สังคมผู้สูงอายุและการบริการด้านสุขภาพ
- SO3** ความเป็นสากลและความร่วมมือกับต่างประเทศของสถาบัน
- SO4** Trend ของการสร้าง Start up
- SO5** ความต้องการเรื่อง Reskill /Upskill /New Skill ที่นำองค์ความรู้ข้ามศาสตร์มาใช้ในการทำงานของทุกคน
- SO6** การกระจายรายได้ไม่ทั่วถึง ทำให้นักเรียนขาดโอกาสทางการศึกษา PIM จึงเป็นทางเลือกที่ดี
- SO7** การขยายธุรกิจใหม่ของเครือด้าน Health , Modern Trade , Food, Logistics, Alternative Renewable Energy, Sustainability
- SO8** แผนชาติและอว.มีเกณฑ์ที่ Flexible ขึ้นเพื่อสนับสนุนการสร้างกำลังคนสมรรถนะสูง
- SO9** แผนยุทธศาสตร์ฯ อว.และนโยบายส่งเสริม Life Long Learning ความยืดหยุ่นและการกระจายอำนาจให้สภาสถาบันมากขึ้น
- SO10** ความต้องการกำลังคนในอนาคตคาดการณ์ได้ยาก จึงต้องให้ความสำคัญกับ Power/ Soft Skill ที่ WBE ควรทำได้ดีกว่าระบบอื่น

PIM Strategic Foresight 2566 & Beyond : Corporate Core Competency

- Work-based Education : ยังเป็นความสามารถที่โดดเด่นของสถาบัน
- Corporate University for All : การจัดการเรียนการสอนที่ร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับผู้ประกอบการทั้งในเครือและนอกเครือ
- Networking University : การสร้างและใช้ Network เพื่อการเรียนการสอน การวิจัย และบริการวิชาการ ยังเป็นความสามารถหลักของสถาบัน

เครื่องมือทั้งหมดนี้สถาบันได้นำมาประยุกต์ใช้กับการทำ Strategic Workshop เพื่อให้ได้กลยุทธ์สถาบันทั้งการ Review แผนกลยุทธ์ระยะยาวของสถาบัน (PIM Roadmap in 2030) แผนกลยุทธ์ระยะกลาง และการจัดทำแผนรายปีของสถาบันด้วย ซึ่งในกระบวนการนี้จะทำให้สถาบันได้ข้อมูลจากการทำความเข้าใจลูกค้าที่เป็นทั้งนักศึกษา ผู้มีส่วนได้เสียรวมทั้งบุคลากรของสถาบันมากยิ่งขึ้น และผลลัพธ์ที่ได้ในแต่ละกระบวนการ จะมีผู้บริหารเข้ามามีส่วนในการตัดสินใจและให้แนวคิดในเชิงนโยบายเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถกำหนดทิศทางได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในการจัด Workshop แต่ละครั้ง สถาบันมีกลุ่มเป้าหมายและผลลัพธ์ที่คาดหวังแตกต่างกัน โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้



1. PIM Strategic Workshop 1

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริหารระดับสูงของสถาบัน

ผลลัพธ์ : ได้แนวนโยบายจากผู้บริหารระดับสูง

2. PIM Strategic Workshop 2

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน ซึ่งสถาบันได้กำหนดออกมาเรียกว่า Stakeholder Map ซึ่งสถาบันได้นำข้อมูลจากผลประโยชน์ของสำนักวิจัยและพัฒนาที่ได้ประเมินกับทุกกลุ่ม

3. PIM Strategic Workshop 3

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริหารระดับหน่วยงาน

ผลลัพธ์ : ผู้บริหารหน่วยงานร่วมรับฟังนโยบายจากผู้บริหารระดับสูงของสถาบัน นโยบายจากเครือข่าย และข้อมูลที่สำคัญที่ได้จากการสังเคราะห์ของทีมเพื่อวางแผนกลยุทธ์และได้เป็นวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ หรือ Strategic Objective ของสถาบัน



4. PIM Strategic Workshop 4

กลุ่มเป้าหมาย : กลุ่มบุคลากรหน่วยงาน ที่มีความสามารถโดดเด่นในหน่วยงาน (ตำแหน่งปฏิบัติการจนถึงผู้บริหารขั้นต้นของหน่วยงานในสถาบัน)

ผลลัพธ์ : ได้ข้อมูลเชิงลึกจากบุคลากรที่ได้พบกลุ่มลูกค้า นักเรียน นักศึกษา สถานประกอบการ ผู้ใช้บัณฑิตโดยตรงเพื่อกำหนดความต้องการได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นและได้ไอเดีย/แนวทางจากคนรุ่นใหม่ เพื่อกำหนดทิศทางกลยุทธ์ของสถาบันจนได้เป็นโครงการกลยุทธ์ (Strategic Project)



5. PIM Strategic Workshop 5

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริหารระดับหน่วยงาน

ผลลัพธ์ : ผู้บริหารหน่วยงานร่วมกันจัดทำแผนกลยุทธ์สถาบันด้วยการใช้ข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ของทีมแผนฯ และข้อมูลจาก Workshop ก่อนหน้าทั้งหมด นำไปสู่การคิดแผนงาน/โครงการที่สอดคล้องในระดับหน่วยงานเพื่อให้ได้ Hilight Project หรือ Cross Functional Project

6. PIM Strategic Workshop 6

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้บริหารระดับผู้จัดการฝ่ายและหัวหน้าสาขาขึ้นไปของหน่วยงาน

ผลลัพธ์ : เพื่อรับทราบผลลัพธ์จากการทำ Strategic Workshop และเติมประเด็น/แผนงานที่สำคัญ เพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนงานในระดับหน่วยงานต่อไปได้อย่างเชื่อมโยงกัน



6 ทบทวนเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ระยะยาว (PIM Roadmap in 2030)

PIM Roadmap in 2030 เป็นเป้าหมายระยะยาวที่สถาบันได้อนุมัติไว้ในการประชุม ครั้งที่ 3/2565 (วันที่ 31 พฤษภาคม 2565) และสถาบันได้มีการทบทวนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เป็นทิศทางที่ชัดเจนในทุก ๆ ปี และปีการศึกษา 2566 นี้สถาบันจึงขอทบทวนเพิ่มเติม ดังนี้



Sustainable Growth

สร้างการเติบโตและความยั่งยืนทางการเงินด้วยการเติบโตของรายได้จากเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการแบบพรีเมียม (Premium) ควบคู่กับการสร้างความยั่งยืนในฐานะการเป็นสถาบันการศึกษาทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม



- ASEAN Leading Corporate University and Work-based Education

สร้างเครือข่าย (Networking) และส่งเสริมภาพลักษณ์ (Branding) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อมุ่งสู่การเป็น "PIM ASEAN+ Corporate University and Work-based Education Leading University"



- Smart Learning Ecosystem

พัฒนาหลักสูตรและจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้เรียนและร่วมผลิตกับบริษัทพันธมิตร เพื่อเป็นมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจสำหรับทุกคน (Corporate University for All By Work-based Education)



- Learner Engagement & Experience

สร้างความผูกพันและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้เรียนทุกกลุ่มและศิษย์เก่าในทุกช่วงเวลาเพื่อเป็น "Learner Experience and Lifelong Learning of Choice"



- PIM Innovative Team & Learner

สร้างระบบนิเวศนวัตกรรมและส่งเสริมนวัตกรรมของบุคลากรและนักศึกษาให้สามารถนำไปใช้งานได้จริง และผลักดันให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ของสถาบัน



Premium Research/ Academic Service & Solutions

ใช้องค์ความรู้และความเชี่ยวชาญของบุคลากรทั้งสถาบัน เพื่อพัฒนางานวิจัยที่มีคุณค่าต่อสังคม-วิชาชีพและบริการวิชาการที่คุณค่าสูง (Premium)



Lively Workplace

พัฒนาองค์กรสู่องค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง ด้วยการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร และยกระดับด้วยเทคโนโลยีพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของสถาบันควบคู่กับการรักษาและสร้างความผูกพันให้แก่พนักงาน เพื่อเป็น "Talent of Choice Workplace"

7 แผนกลยุทธ์ระยะกลาง ปีการศึกษา 2566 - 2569

สถาบันนำ PIM Roadmap in 2030 มากำหนดเป็นเป้าหมายการดำเนินงานออกเป็นช่วงละ 4 ปี เพื่อให้การดำเนินการแต่ละช่วงเห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และได้ทำการ Review แผนกลยุทธ์ระยะกลางเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและเป็นทิศทางในอนาคตด้วย โดยในช่วงปี 2023-2026 หรือปีการศึกษา 2566-2569 สถาบันตั้งเป้าหมายเป็น Workforce Provider and Solutions for All โดยมีรายละเอียดของแผนกลยุทธ์และเป้าหมายในแต่ละปี ดังต่อไปนี้



รายละเอียดแผนกลยุทธ์ระยะกลางปีการศึกษา 2566-2569

 Sustainable Growth					
Strategic Initiative	Key Performance Index	Target			
		2566	2567	2568	2569
1.1 สร้างการเติบโตรายได้จากการเรียนการสอน - รายได้จากทุนการศึกษาเพื่อร่วมผลิตบุคลากรคุณภาพของกลุ่มธุรกิจ - รายได้จากการผลิตกำลังคนตามทิศทางของการพัฒนาประเทศ - รายได้จากหลักสูตรการศึกษา Premium สำหรับผู้เรียน - สร้างทีมขายในโปรแกรมที่มีการผลิตตามแผนกำลังคนร่วมกับองค์กรเครือข่าย - Focus การตลาดในกลุ่มพื้นที่ของ EEC	% การเพิ่มของรายได้จากการเรียนการสอน	7%	8%	10%	10%
1.2 สร้างการเติบโตรายได้จากวิจัย บริการวิชาการ คุณค่าสูง (High Value Research/Academic Services/Solutions) - เสนอและชี้แนะโจทย์วิจัยที่ธุรกิจต้องการโดยใช้องค์ความรู้ภายในประสานกับเครือข่ายภายนอก - บริการวิชาการมุ่งเป้าหมายองค์กรที่กำลังเติบโตในประเทศและภูมิภาค	%เติบโตรายได้จากบริการวิชาการและวิจัย	25%	25%	25%	25%
1.3 สร้างความยั่งยืนสถาบันการศึกษา (Sustainable University) - สนับสนุนกลยุทธ์ความยั่งยืนของกลุ่มธุรกิจและเครือข่ายในจุดแข็งของ PIM : การศึกษาและพัฒนา SME - Giving & Sharing Opportunity : สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม	% Social Return on Investment (SROI) เทียบกับการลงทุน	>1%	>1%	>1%	>1%



ASEAN Leading Corporate University and Work-based Education

Strategic Initiative	Key Performance Index	Target			
		2566	2567	2568	2569
2.1 รับและแลกเปลี่ยนนักศึกษาต่างชาติเพื่อผลิตกำลังคนคุณภาพรองรับการขยายตัวของกลุ่มธุรกิจตามระบบ WBE ที่จีน ญี่ปุ่น กัมพูชา ลาว และ ASEAN +	% การรับนักศึกษาเมื่อเทียบกับ MAX Capacity ของหลักสูตร	100%	100%	100%	100%
	% นักศึกษาไทยมีประสบการณ์ Work-based Education (การเรียนการสอน/ฝึกงาน/แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม) ในระดับ ASEAN+ หรือนานาชาติ	20%	25%	30%	35%
2.2 PIM CU-WBE Most Admired Education	PIM CU-WBE Most Admired Corporate University	1-of-10	1-of-8	1-of-7	1-of-5
- สร้างความเข้มแข็งใน Branding : CU-WBE กับกลุ่มผู้เรียนในประเทศ/ต่างประเทศ - Branding ในสาขาความเชี่ยวชาญกลุ่มผู้เรียนในประเทศ/ต่างประเทศ					



Smart Learning Ecosystem

Strategic Initiative	Key Performance Index	Target			
		2566	2567	2568	2569
3.1 เป็นผู้นำการผลิตกำลังคนพร้อมรับเป้าหมายทางธุรกิจของกลุ่มธุรกิจและเครือข่ายในประเทศ/ ต่างประเทศ	% ของผู้เรียนที่มีการผลิตตามแผนกำลังคนร่วมกับองค์กรเครือข่าย	80%	82%	84%	86%
	% รายได้เฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยของตลาด	8%	10%	10%	10%
- ให้ CU-WBE เป็น First Choice ขององค์กรชั้นนำในการผลิตกำลังคน - มีการร่วมลงทุนร่วมผลิตในระบบ Corporate University - มุ่งเน้นด้านบริการสุขภาพ/บริการ/เกษตรและอาหาร					
3.2 ใช้เทคโนโลยีและพัฒนาระบบการเรียนการสอนระบบ WBE ที่มีประสิทธิภาพหลากหลายทางเลือก					
- Anytime Anywhere - Ready to Use Skill & Knowledge - Added Value Classroom & Workplace - Knowledge & Experience Linking with Network					



Learner Engagement & Experience

Strategic Initiative	Key Performance Index	Target			
		2566	2567	2568	2569
4.1 จัดระบบบริการและให้ประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้เรียนทุกกลุ่ม (Service Excellence All Learner Journey) - ประสบการณ์ที่เข้าถึงได้ก่อนการเข้าระบบการเรียน - ประสบการณ์ที่ดีในการเรียน - ประสบการณ์ดีในการใช้ชีวิต	% Learner Engagement Service	85%	85%	85%	85%
4.2 สร้างความผูกพัน และการเป็นพันธมิตรธุรกิจระยะยาวร่วมกับศิษย์เก่า - จัดองค์กรบริหาร Alumni - พัฒนา Lifelong Learning & Alumni และขยายผลใน Alumni Eco-System - พัฒนาศักยภาพวิชาการที่เป็น WIN-WIN Solution ใน Alumni Eco-System	% โครงการ/ งานในรูปแบบ CU-WBE ร่วมกันกับศิษย์เก่าและ Eco-System ของศิษย์เก่า	20%	22%	24%	26%



PIM Innovative Team & Learner

Strategic Initiative	Key Performance Index	Target			
		2566	2567	2568	2569
5.1 พัฒนาบุคลากรนวัตกรรม - พัฒนาบุคลากรและผู้บริหารให้มีความรู้ทัศนคติในการสร้างนวัตกรรม - สร้างการทำงานแบบ Cross Functional/ Agile Team ภายใน-ภายนอก - จัดพื้นที่/ เวลา/ โอกาส/ ทรัพยากร เพื่อสนับสนุนนวัตกรรม - ผลักดันนวัตกรรมสู่ New S-Curve	% มูลค่าของงานนวัตกรรมเทียบกับค่าตอบแทน จำนวน New S-Curve Project	2% 5	3% 7	4% 9	5% 10
5.2 พัฒนานักศึกษา/ผู้เรียนเป็นนวัตกรรม - บูรณาการเรียนในห้องเรียนกับการฝึกงานเพื่อสร้างนวัตกรรมร่วมกับองค์กร - หาโอกาสแหล่งทุนภายนอกสนับสนุนนวัตกรรม - ความร่วมมือกันข้ามสาขาและร่วมกับคณาจารย์					



Premium Research/ Academic Service & Solutions

Strategic Initiative

Key Performance Index

Target

6.1 การวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้
ในระดับองค์กร และการจัดการความรู้
(KM) และสนับสนุน CU-WBE

% ของผลงานที่ได้รับการ
ตีพิมพ์เผยแพร่ในระดับ
นานาชาติเทียบกับอาจารย์
ประจำ

2566

10%

2567

12%

2568

14%

2569

16%

6.2 พัฒนางานบริการวิชาการคุณภาพสูง
จากความเชี่ยวชาญการบูรณาการที่ม
จากศาสตร์ภายใน และร่วมกับเครือข่าย
ระดับชาติ-นานาชาติ

มูลค่าของบริการวิชาการ
คุณภาพสูงที่สร้าง Human
Capital เทียบค่าตอบแทน
บุคลากร

2%

3%

4%

5%



Lively Workplace

Strategic Initiative

Key Performance Index

Target

7.1 พัฒนาสู่องค์กรประสิทธิภาพสูง
- Lean/ Agility/ Green Organization
- High Performance Organization
- Strong PIM & Business Group Culture

EdPEX Score

2566

375

2567

375

2568

390

2569

390

7.2 Organizational Digital
Transformation

% Digital Transformation
Implement Plan Effectiveness

100%

100%

100%

100%

7.3 Strengthen People and Talent
Management System

- สามารถดึงดูด Top Talent มาร่วมงาน
- พัฒนาอาจารย์ให้เป็น Teacher Learner
Relationship และเป็น Lifelong Learner
Inspiration

Employee Engagement
Score

70%

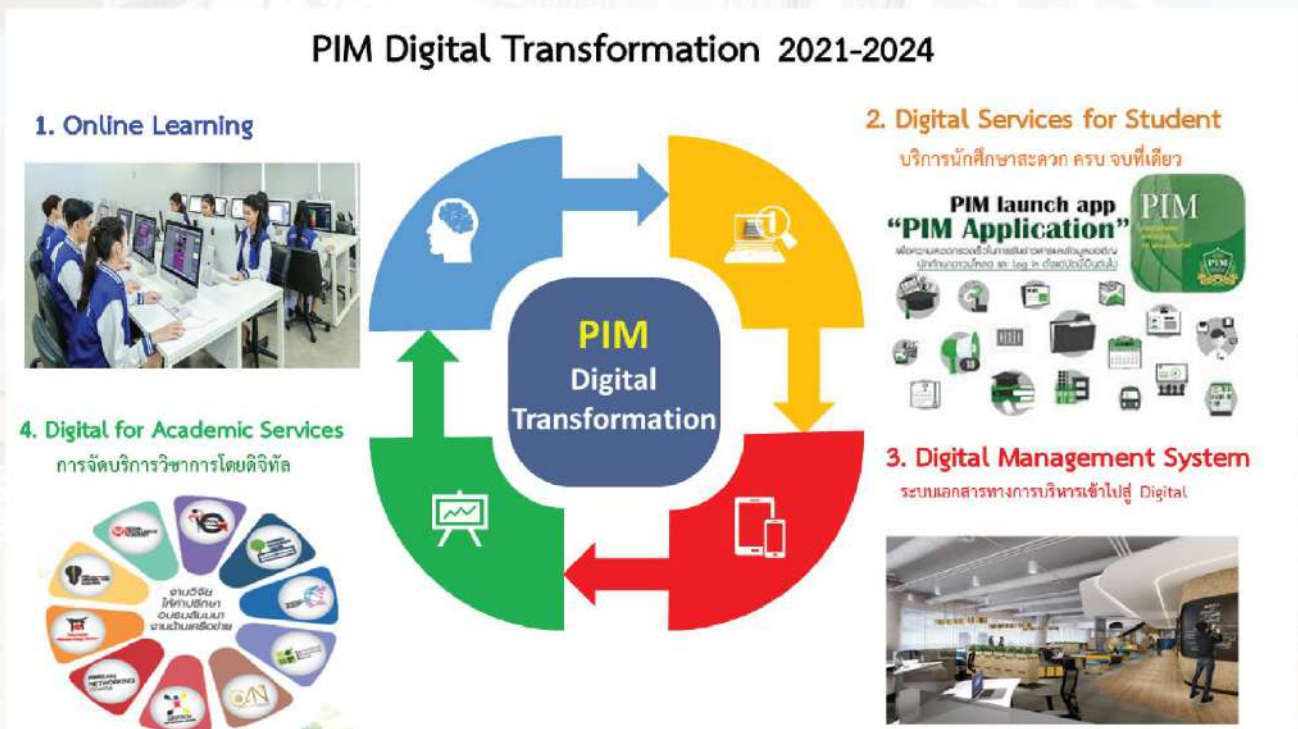
72%

74%

76%

- พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาการ
ประสานการปฏิบัติแบบ CU-WBE
- สร้าง Talent และ Leadership อย่างต่อเนื่อง
- Employee Engagement & Experience

นอกเหนือจากแผนกลยุทธ์ระยะกลางของสถาบันแล้ว สถาบันยังจัดทำแผนการยกระดับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ PIM Digital Transformation Plan ปี 2023 - 2026 เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางของสถาบัน โดยสถาบันได้กำหนดกรอบการจัดทำแผน Digital Transformation ออกเป็น 4 มิติดังภาพต่อไปนี้



1. Online Learning พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนโดยใช้เทคโนโลยี Digital เป็นส่วนหนึ่งในทุกรายวิชา และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักศึกษาในรูปแบบการเรียนออนไลน์และแบบผสม (Hybrid)

2. Digital Services for Student ใช้ศักยภาพทางเทคโนโลยีเพื่อออกแบบบริการนักศึกษาและทุกกลุ่มผู้เรียน ให้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และสามารถเข้าถึงบริการได้แบบ Everytime Everywhere

3. Digital Management System พัฒนาระบบการจัดการเอกสาร และการดำเนินงานด้านสนับสนุนต่าง ๆ ซึ่งมีจำนวนมากในสถาบันให้เป็น SMART Office ในอนาคต

4. Digital for Academic Services พัฒนาเทคโนโลยีในการทำการตลาด สื่อสารทางการตลาด เพื่อให้บริการทางวิชาการในรูปแบบการจัดฝึกอบรมสัมมนา การให้คำปรึกษา และการวิจัยแก่ลูกค้าภายนอก

8 แผนกลยุทธ์สถาบัน ปีการศึกษา 2566

จาก PIM Roadmap in 2030 และแผนระยะกลางของสถาบัน เพื่อให้การดำเนินงานมีทิศทางมากยิ่งขึ้น สถาบันได้กำหนดแผนงานของแต่ละปีการศึกษา มีเป้าหมายและผลลัพธ์ที่ต้องการอย่างชัดเจน สอดคล้องกับเป้าหมายระยะยาวและแผนกลยุทธ์ระยะกลางของสถาบัน ซึ่งสถาบันได้จัดทำแผนกลยุทธ์ปีการศึกษา 2566 ในรูปแบบของ Balance Scorecard เพื่อให้ง่ายต่อการสื่อสารและแผนกลยุทธ์ที่ประกอบด้วยแผนงาน ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



แผนกลยุทธ์การศึกษา 2566

Sustainable Growth (ความยั่งยืนด้านการเงิน, สังคม, ศิลปวัฒนธรรม, สิ่งแวดล้อม)

Strategic Theme

- 1.1.1 การตลาดและการแนะแนวการศึกษาที่มีกลุ่มเป้าหมายชัดเจนผ่านช่องทางต่าง ๆ
- ร่วมมือกับโรงเรียนพันธมิตร
 - การเสนอทุนจากกลุ่มธุรกิจ
 - สื่อออนไลน์เข้าถึงกลุ่มลูกค้า
 - อาจารย์แนะแนว/ ผู้บริหาร
 - Focus การตลาดในกลุ่มพื้นที่ของ EEC
- 1.1.2 การบริหารการจัดเก็บรายได้และบริหารกองทุนต่าง ๆ
- 1.2.1 ทำการตลาดภาพรวมและการบริหารช่องทางตลาดที่หลากหลาย/ครอบคลุม
- Website ที่เข้าถึงง่าย
 - จัดระบบหน่วยงานช่วยขาย
 - สื่อสารการตลาดด้วยสื่อที่หลากหลายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
 - Network & Partnership กับองค์กรเป้าหมาย
- 1.2.2 ทำการตลาดและการขายโดยกำหนดกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อเสนอวิจัย บริการวิชาการ และ Solution
- 1.3.1 สร้างการยอมรับในสังคมและประชาคม
- สร้าง Value ให้แก่สังคมจากจุดแข็งทางวิชาการในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อสังคม/ ศิลปวัฒนธรรม/ Green/ Environment
 - ทำ Giving and Sharing Opportunity : โดยเน้นสนับสนุนระบบการศึกษา & SME ร่วมกับกลุ่มธุรกิจ

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		Result ภาคเรียนที่ 2	
	Target	Cut-off	Target	Cut-off
รายได้จากการเรียนการสอน (+10 %/Year) ขึ้นตามการเพิ่มของนักศึกษาและคุณภาพหลักสูตร	1,500 MB	1,300 MB	-	-
รายได้จากบริการวิชาการและวิจัย (+20 %/Year)	45 MB	40 MB	90 MB	80 MB
SROI on Strategic Projects 1.5 เท่าในปีที่ 1-2	1.5 เท่า	1 เท่า	1.5 เท่า	1 เท่า

ASEAN Leading Corporate University and Work-based Education (ความเป็นสากล, สร้าง Networking, WBE Branding ในและต่างประเทศ)

Strategic Theme

- 2.1.1 สร้างกำลังคนเพื่อรองรับธุรกิจ ใน ASEAN+ และเป็นประชากรโลก
- รับนักศึกษาต่างชาติเข้ามาเพื่อได้ประสบการณ์ในโปรแกรมของ WBE เน้นจีน ญี่ปุ่นและ ASEAN+
 - ส่งเสริมผู้เรียนไทยให้มีประสบการณ์ WBE ในนานาชาติ
- 2.2.1 สร้างและสื่อสาร PIM Branding (CU-WBE) ในระดับชาติและภูมิภาค
- วางตำแหน่ง Branding ของ CU-WBE
 - สื่อสาร Brand ในกลุ่มเป้าหมายในระดับชาติ นานาชาติ
- 2.2.2 สร้าง Branding ในระดับสาขาวิชาและความเชี่ยวชาญให้เป็นที่รู้จักในภูมิภาค
- วางตำแหน่ง Branding
 - สื่อสาร Brand สาขาวิชาในกลุ่มเป้าหมาย

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		Result ภาคเรียนที่ 2	
	Target	Cut-off	Target	Cut-off
% ผู้เรียน (ไทยและต่างชาติ) มีประสบการณ์ Work-based Education ใน ASEAN+	10%	5%	25%	20%
การจัดลำดับ PIM จากนักเรียนที่เป็นเป้าหมาย (Most Admired Corporate University)	-	-	1 ใน 5	6 ใน 10



Smart Learning Ecosystem

(พัฒนาหลักสูตร Outcome-based on WBE and Online-Offline /Hybrid)

Strategic Theme

3.1.1 ออกแบบและพัฒนาหลักสูตรที่มุ่งสู่ Outcome-Based ที่ดึงดูดผู้เรียนและภาคธุรกิจ

- Multi Disciplinary ตามทิศทางของธุรกิจ
- Premium/ Niche Program ที่ตอบโจทย์เฉพาะกับธุรกิจ (สุขภาพ/ บริการ/ เกษตร/ อาหาร)
- โปรแกรมที่สอดคล้องกับค่านิยมผู้เรียนในอนาคต
- พัฒนาหลักสูตรตามความต้องการของตลาดและพื้นที่ EEC Campus และ Utilize ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3.2.1 จัดการเรียนการสอนตอบสนองความต้องการผู้เรียน

- การเรียนการสอน Online/ Offline ที่มีคุณภาพ
- การเรียนการสอนแบบ Hybrid
- พัฒนาเทคโนโลยีการสอนที่ดึงดูดผู้เรียน

3.2.2 พัฒนาเทคนิค เลือกใช้เทคโนโลยีที่ทำให้

- Just-in-Time & On Demand Learning
- Onsite/ Online/ Hybrid Learning Delivery
- Self Learning Support

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		Result ภาคเรียนที่ 2	
	Target	Cut-off	Target	Cut-off
% ผู้เรียนในโปรแกรมร่วมผลิตกับภาคธุรกิจ/ ภาครัฐ เป็นไปตามเป้าหมาย	-	-	100%	90%
% ของบัณฑิตที่มีงานทำและได้รับค่าตอบแทนสูงกว่าค่าเฉลี่ยตลาด (>8%)	-	-	98%	90%
%คุณภาพของการจัดการเรียนการสอน	-	-	85%	75%



Learner Engagement & Experience

Strategic Theme

4.1.1 Learner Service Excellence ในทุก Touchpoint

- การเข้าถึงบริการก่อนเป็นผู้เรียน
- การดูแลให้บริการระหว่างการเป็นผู้สมัคร
- การได้รับประสบการณ์ที่ดีระหว่างการเรียน

4.2.1 Learner Relationship & Engagement / Teacher Learner Relationship : TLR

- สร้างความผูกพันผู้เรียนที่เป็นนักศึกษา
- ความผูกพันกับผู้เรียนอื่นในลักษณะ "Win-Win Relationship"
- Virtual & Real Life Relationship สนับสนุนความสัมพันธ์ที่ดี

4.3.1 Creating Lifelong Learner & Alumni Engagement

- ทำฐานข้อมูลศิษย์เก่าที่สามารถใช้งานและเข้าถึงได้
- สร้างเป็น Virtual Community ที่สามารถเข้าถึงและแลกเปลี่ยนได้ เช่น มีคน PIM ใน LinkedIn
- มีการบริหารจัดการเพื่อสามารถเป็นองค์กรศิษย์เก่าที่มีส่วนร่วม/ ใช้บริการอย่างต่อเนื่องได้

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		Result ภาคเรียนที่ 2	
	Target	Cut-off	Target	Cut-off
ผลประโยชน์ Learner Services	-	-	85%	75%
ผลประโยชน์ Learner Engagement /TLR (เฉลี่ยทั้งสองภาค)	85%	80%	85%	80%
%การเข้าร่วมกิจกรรมและหรือการใช้บริการของศิษย์เก่า (ทั้งการร่วมงานและใช้บริการ)	10%	7%	20%	15%



PIM Innovative Team & Learner

(ส่งเสริมนวัตกรรมบุคลากรและนักศึกษา)

Strategic Theme

5.1.1 ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรนวัตกรรมในการสร้างนวัตกรรมการทำงาน (Process/ Tools/ Products/ Services/Business Model)

- พัฒนาโปรแกรมการเรียนรู้เพื่อสร้างนวัตกรรม
- จัดพื้นที่/ เวลา/ โอกาส/ ในการสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคล/ ทีม/ ระหว่างทีม
- บริหารทรัพยากรที่ต้องใช้สร้างนวัตกรรม
- ต่อยอดและขยายผลในงานเพื่อให้เกิด New S-Curve

5.2.1 ส่งเสริมนักศึกษานวัตกรรมร่วมกันในคณะวิชา และหน่วยงานกลาง

- พัฒนาโปรแกรมการเรียนรู้เพื่อสร้างนวัตกรรม
- จัดพื้นที่/ เวลา/ โอกาส/ ในการสร้างนวัตกรรมในระดับบุคคล/ ทีม/ ระหว่างทีม
- บริหารทรัพยากรที่ต้องใช้สร้างนวัตกรรม
- จัดเวทีการแข่งขันภายในและส่งเสริมสู่ภายนอก
- บริหารกองทุนสนับสนุนนวัตกรรมภายในและจากภายนอก

5.3.1 ผลักดันนวัตกรรมให้เป็น New S-Curve

- หา Partner ใหม่ๆในการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน
- ต่อยอดและขยายผลในงานเพื่อให้เกิด New S-Curve

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		Result ภาคเรียนที่ 2	
	Target	Cut-off	Target	Cut-off
KPI มีโครงการพัฒนางานหรือสร้าง Value Added ในงาน	50%	45%	100%	90%
% ทุกหน่วยงานมีโครงการพัฒนางานและนวัตกรรมระหว่างหน่วยงาน (Cross Functional)	100%	90%	100%	90%
มูลค่างานนวัตกรรมบุคลากรสูงกว่าต้นทุนค่าตอบแทนบุคลากร	1.5%	1%	3%	2%
% ผลงานนวัตกรรมนักศึกษาได้นำไปใช้จริงและเกิดประโยชน์ในองค์กร (Process/ Products/ Services)	40%	35%	80%	70%
เกิดโครงการ New S-Curve จากทั้งบุคลากรและนักศึกษาที่มีผลลัพธ์ทางธุรกิจ	2	1	5	2



Premium Research/ Academic Service & Solutions

(วิจัย, ตีพิมพ์, บริการวิชาการที่คุณภาพสูง)

Strategic Theme

6.1.1 การวิจัยพัฒนางานองค์ความรู้ใหม่และการจัดการความรู้ที่มีคุณภาพ-คุณค่าสูง และ Mapping ความต้องการของตลาดกับความเชี่ยวชาญภายในเพื่อสร้างงานวิจัย

- การหาแหล่งทุน/ โจทย์วิจัย
- ส่งเสริมการวิจัยและการตีพิมพ์ให้ได้มาตรฐาน
- เชื่อมโยงองค์ความรู้มาสู่การเรียนการสอน
- กำหนด Flagship Area เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
- จัดทำ KM Mapping เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
- ส่งเสริมการใช้งานวิจัยเพื่อบริการวิชาการและทำตำแหน่งทางวิชาการ

6.2.1 พัฒนา Premium Academic Service & Solutions

- การอัปเดต KM Mapping ที่มีศักยภาพทางธุรกิจ
- นำความรู้ไปใช้ในการสร้างบริการวิชาการที่มีคุณภาพสูง
- ร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการสร้างงานบริการวิชาการคุณภาพสูง

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		Result ภาคเรียนที่ 2	
	Target	Cut-off	Target	Cut-off
% ของงานวิจัยที่มีคุณภาพส่งมอบได้ตามเงื่อนไข และตีพิมพ์เผยแพร่ได้ตามมาตรฐานและเป้าหมายที่กำหนด	100%	90%	100%	90%
% ขององค์ความรู้ที่อยู่ใน Area ที่มีมูลค่าทางการตลาด ถูกใช้ซ้ำ	40%	35%	80%	70%



Lively Workplace

(คน, วัฒนธรรมองค์กร, High Performance Organization, Digitization)

Strategic Theme

7.1.1 พัฒนางองค์กรประสิทธิภาพสูง มีความคล่องตัว และ วัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง (High Performance and Agile Organization)

- Total Quality Mgt. and Lean & Agile
- High Performance Organization by EdPEx
- ส่งเสริม PIM Culture และ วัดผลสอดคล้องกับ ICS New Version

7.2.1 ทำ Digital Transformation

- การทำ IT Roadmap ในระยะ 1-4 ปี
- บริหารแผนตาม Roadmap

7.3.1 พัฒนาระบบบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล

- การพัฒนาความเชี่ยวชาญในงานและวิชาการ (Professional Development)
- การพัฒนาผู้นำ (Resilience Leadership Development) สำหรับอนาคต
- ระบบการบริหารผลงาน ค่าตอบแทนตามผลงานและศักยภาพบุคลากร
- Talent and Succession Development
- สร้างความผูกพันขององค์กร (สำรวจ/ การใช้ผลเพื่อกำหนดระบบภาพรวม/ เสนอแนะให้หน่วยงานใช้

How we measure ?

KPI	Result ภาคเรียนที่ 1		Result ภาคเรียนที่ 2	
	Target	Cut-off	Target	Cut-off
EdPEx Score	375	350	-	-
Average ICS Scores (เฉลี่ยทั้งสองภาค)	80%	75%	80%	75%
% การดำเนินงานตามแผน IT Roadmap	50%	45%	100%	95%
IDP ได้รับการพัฒนา 100% และมีผลประเมินการใช้ความรู้	50%	40%	85%	80%
% Increase of Readiness in Key Position	10%	5%	25%	20%
Employee Engagement Score	-	-	70%	68%



นอกจากแผนกลยุทธ์สถาบัน ปีการศึกษา 2566 แล้ว สถาบันยังนำกรอบการจัดทำแผน Digital Transformation ปี 2023 - 2026 มาจัดทำเป็นแผน IT Roadmap 2023 เพื่อใช้ดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่สอดคล้องกับทิศทางและแผนกลยุทธ์ของสถาบันปีการศึกษา 2566 โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

IT Roadmap 2023	
Roadmap Type	Target
Enhance IT Security	
Upgrade PHP Language Version เพิ่มระดับความปลอดภัยและปิดช่องโหว่ของระบบทั้งหมด โดยการ Upgrade Version Software ที่ใช้พัฒนาระบบ	Q2-2024
Migrate DataBase ปรับปรุงการเพิ่ม ลดขนาดของ Data-based ตามการใช้งานจริงได้แบบอัตโนมัติ และสามารถติดตาม ควบคุมค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้งานได้	Q2-2023
Upgrade HWC Landing Zone เพิ่มระดับความปลอดภัยให้กับระบบสารสนเทศและเพิ่มการตรวจสอบ การเข้าถึงระบบป้องกัน การเข้าถึงระบบสารสนเทศโดยไม่จำเป็น และสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดูแลระบบสารสนเทศ	Q4-2024
Services and Infrastructure Improvement	
Migrate Application to Standard Software ปรับปรุงระบบสารสนเทศเปลี่ยนวิธีพัฒนาให้เป็นไปตาม Standard Software เดียวกับกลุ่มบริษัทฯ	Q1-2024
Improve Authentication Service ยกระดับความปลอดภัยของระบบยืนยันตัวตนนักเรียน นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรและรองรับการ Update Data แบบ Near Real-time	Q1-2024
Implement Endpoint Patch เพิ่มการควบคุมและตรวจสอบการใช้งาน Software Hardware ของ IT Desktop ของสถาบัน	Q1-2024
Upgrade Wireless Controller and Access Point ปรับปรุงอุปกรณ์และระบบการปล่อยสัญญาณ Wireless เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพในการให้บริการ	Q3-2024

New Feature

Development New Application and New Feature

Q4-2024

- พัฒนาระบบสารสนเทศและฟังก์ชันใหม่ตามที่ Business User แจ้งเข้ามา



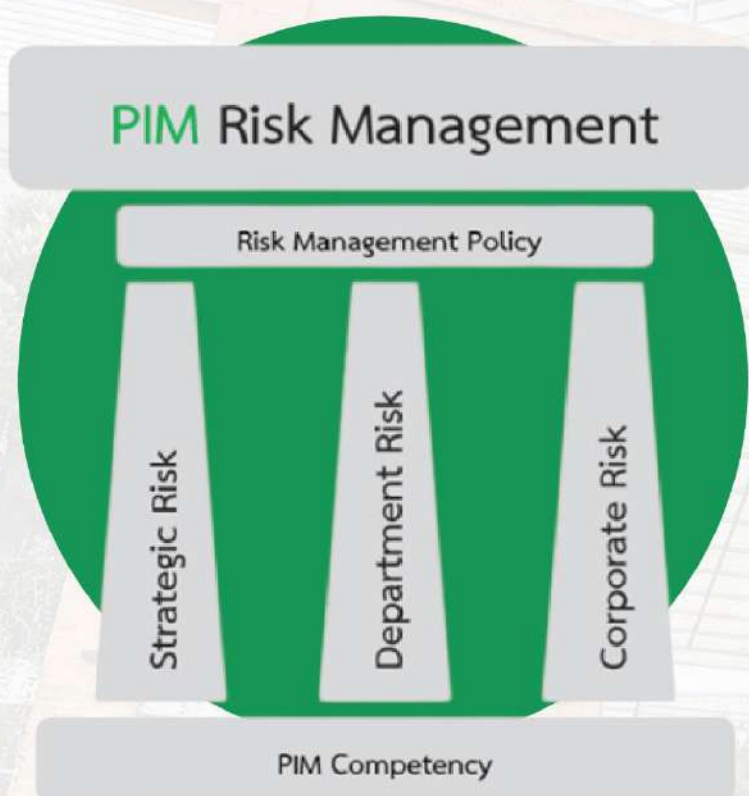
9

แผนบริหารความเสี่ยงสถาบัน ปีการศึกษา 2566

นอกจากการกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์สถาบันแล้ว สถาบันยังบริหารจัดการองค์รบนหลัก
การของการบริหารความเสี่ยงเพื่อวางแนวทางป้องกันและแผนการรับมือไม่ให้เกิดความเสี่ยงในประเด็น
ต่าง ๆ การบริหารความเสี่ยงของสถาบันมีการดำเนินงานหลายระดับ แต่ละระดับมีกระบวนการในการ
วิเคราะห์ประเด็นความเสี่ยงและวางแนวทางป้องกันหรือรับมือที่แตกต่างกันโดยสามารถแบ่งมิติในการ
บริหารความเสี่ยงออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยภาพด้านล่าง

การบริหารความเสี่ยงของสถาบันแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk)
2. ความเสี่ยงระดับกลุ่มธุรกิจ (Corporate Risk)
3. ความเสี่ยงระดับหน่วยงาน (Department Risk)



สถาบันได้กำหนดแผนบริหารความเสี่ยงที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ทั้ง 7 ด้าน ควบคู่กับการคาดการณ์สถานการณ์ภายนอกที่อาจเป็นปัจจัยเสี่ยง นำมาประเมินตามมิติของการบริหารความเสี่ยงตาม Risk Assessment Matrix โดยประเมินจาก 2 มิติ คือ โอกาสเกิด (Likelihood) และผลกระทบ (Impact) โดยใช้ตาราง 3x3 หากเมื่อประเมินแล้วความเสี่ยงนั้นอยู่ในระดับ 1-2 แปลว่าความเสี่ยงต่ำ เป็นความเสี่ยงที่สถาบันยอมรับได้ ซึ่งมีการจัดการด้วยการดำเนินการตามกิจกรรมการควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ แต่หากเมื่อประเมินแล้วอยู่ในระดับ 3 ขึ้นไป สถาบันต้องทบทวนและมีการวางแผนการจัดการด้วยมาตรการบริหารความเสี่ยง โดยวางแผนจากมิติที่ได้ประเมินในหัวข้อความเสี่ยง หากความเสี่ยงนั้นปัจจัยเสี่ยงคือโอกาสเกิดสูง ก็จะมีแผนในการลดโอกาสเกิด หรือหากความเสี่ยงนั้นมีปัจจัยที่มีผลกระทบสูง ก็จะมีแผนในการลดและบริหารจัดการผลกระทบที่เกิด

RISK ASSESSMENT MATRIX

Likelihood	High (3)	3	6	9
	Medium (2)	2	4	6
	Low (1)	1	2	3
		Low (1)	Medium (2)	High (3)
		Impact		

ระดับความเสี่ยง	การจัดการความเสี่ยง
ต่ำ (1-2)	ยอมรับได้ จัดการด้วยการดำเนินการตามกิจกรรมการควบคุมภายในอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษาระดับความเสี่ยง
ปานกลาง (3-4)	ยอมรับไม่ได้ ต้องจัดการด้วยมาตรการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน
สูง (6)	
สูงมาก (9)	



1. ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk) คือ ความเสี่ยงหลักที่สอดคล้องตามมิติเดียวกันกับ แผนกลยุทธ์สถาบัน และอาจส่งผลกระทบกับความสำเร็จตามกลยุทธ์ของสถาบันหากไม่มีการบริหารจัดการที่ดี การบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ของสถาบันมีกระบวนการโดยทบทวนประเด็นความเสี่ยง ในปีที่ผ่านมา ดำเนินการควบคู่กับการ Workshop อย่างมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนกลยุทธ์สถาบัน โดยในปี 2566 สถาบันกำหนดแผนบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ดังนี้

1. Sustainable Growth (การเงิน, สังคม, ศิลปวัฒนธรรม, สิ่งแวดล้อม)

ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk)	ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor)	ผลกระทบ (Impact)	โอกาสเกิด (Likelihood)	ระดับความเสี่ยง (Risk Level)
การเพิ่มสัดส่วนรายได้จาก วิจัย บริการวิชาการ และ รายได้อื่นไม่เป็นไปตาม เป้าหมาย	1. ทำการตลาดภาพรวมและการบริหารช่องทางตลาดที่หลากหลาย/ครอบคลุม โดยกำหนดกลุ่มลูกค้าที่มี ศักยภาพอย่างเฉพาะเจาะจงเพื่อเสนอวิจัย บริการ วิชาการ และ Solution - Website ที่เข้าถึงง่าย - จัดระบบหน่วยงานช่วยขาย - สื่อสารการตลาดด้วยสื่อที่หลากหลายและเหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย - Network & Partnership กับองค์กรเป้าหมาย	3	3	9
	2. คุณภาพและคุณค่าของงานวิจัย บริการวิชาการไม่ สามารถแข่งขันได้	3	2	6
แผนการดำเนินงาน 1. พัฒนา platform กลางที่เป็นศูนย์รวมงานวิจัยและบริการวิชาการ ที่ง่ายต่อการเข้าถึงโดยลูกค้าภายนอก เพื่อเพิ่มโอกาสในการขาย 2. มีทีมรับผิดชอบทำหน้าที่ในการสื่อสารการตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย 3. สร้างและใช้ประโยชน์จาก Network และ Partner ทั้งใหม่และเก่า เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้จากงานวิจัยและบริการวิชาการ				

2. ASEAN Leading Corporate University and Work-based Education (ความเป็นสากล, สร้าง Networking, WBE Branding ในและต่างประเทศ)

ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk)	ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor)	ผลกระทบ (Impact)	โอกาสเกิด (Likelihood)	ระดับความเสี่ยง (Risk Level)
การสื่อสาร PIM CU-WBE Branding ในประเทศและสู่สากล ไม่ถึงกลุ่มเป้าหมายตามแผน	1. สร้าง Branding ในระดับสาขาวิชาและ ความเชี่ยวชาญให้เป็นที่รู้จักในภูมิภาค - วางตำแหน่ง Branding - สื่อสาร Brand สาขาวิชาในกลุ่มเป้าหมาย	3	2	6
แผนการดำเนินงาน 1. สถาบัน เสริมจุดแข็งและปรับรูปแบบ/วิธีสื่อสาร Corporate University-WBE Branding ให้ทั่วถึงทั้งในและต่างประเทศ 2. คณะวิชา/วิทยาลัย นวัตกรรม branding ของสาขาวิชา และสื่อสาร				

3. Smart Learning Ecosystem

(พัฒนาหลักสูตร Outcome-Based on WBE and Online-Offline/Hybrid)

ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk)	ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor)	ผลกระทบ (Impact)	โอกาสเกิด (Likelihood)	ระดับความเสี่ยง (Risk Level)
ไม่สามารถดึงดูดภาคธุรกิจให้เข้ามาออกแบบและพัฒนาหลักสูตรการศึกษาที่สร้างคุณค่าร่วมกันได้	1. ออกแบบและพัฒนาหลักสูตรที่มุ่งสู่ Outcome Based ที่ดึงดูดผู้เรียนและภาคธุรกิจ - Multi Disciplinary ตามทิศทางของธุรกิจ - Premium/ Niche Program ที่ตอบโจทย์เฉพาะกับธุรกิจ (สุขภาพ/ บริการ/ เกษตร/ อาหาร) - โปรแกรมที่สอดคล้องกับค่านิยมผู้เรียนในอนาคต	3	2	6
แผนการดำเนินงาน 1. ศึกษา Trend ตลาดและค่านิยมของผู้เรียนในอนาคต 2. สื่อสารจุดแข็งความเป็น WBE เพื่อดึงดูดภาคธุรกิจให้เข้ามาร่วมผลิตบัณฑิตที่ตอบโจทย์ความต้องการ 3. หาความร่วมมือกับภาคธุรกิจในการศึกษาและออกแบบหลักสูตรที่ตอบโจทย์ความต้องการของภาคธุรกิจและเป็นที่ต้องการของผู้เรียน				

4. Learner Engagement & Experience

(ดูแล จัดบริการ/ สร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้เรียน & ศิษย์เก่า)

ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk)	ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor)	ผลกระทบ (Impact)	โอกาสเกิด (Likelihood)	ระดับความเสี่ยง (Risk Level)
ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายในการสร้าง Lifelong Learner & Alumni Engagement	1. Creating Lifelong Learner & Alumni Engagement - ทำฐานข้อมูลศิษย์เก่าที่สามารถใช้งานและเข้าถึงได้ - สร้างเป็น Virtual Community ที่สามารถเข้าถึงและแลกเปลี่ยนได้ เช่น มีคน PIM ใน LinkedIn - มีการบริหารจัดการเพื่อสามารถเป็นองค์กรศิษย์เก่าที่มีส่วนร่วม/ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3	2	6
แผนการดำเนินงาน 1. รวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่าที่บุคลากรภายในสถาบันสามารถเข้าถึงได้ และมีข้อมูลที่ Update และเป็นประโยชน์ 2. สื่อสารและจัดกิจกรรมที่เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างสถาบัน ผู้เรียนปัจจุบันและ alumni อย่างต่อเนื่อง				

5. PIM Innovative Team & Learner

(ส่งเสริมนวัตกรรมบุคลากรและนักศึกษา)

ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk)	ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor)	ผลกระทบ (Impact)	โอกาสเกิด (Likelihood)	ระดับความเสี่ยง (Risk Level)
ผลงานนวัตกรรมจากบุคลากรและนักศึกษาไม่สามารถขยายผลในเชิงพาณิชย์ให้เป็น New S-Curve ได้	1. การ Matching ความต้องการของตลาดกับความสามารถพัฒนา และ ผลักดันนวัตกรรมให้เป็น New S-Curve - หา Partner ใหม่ในการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน - ต่อยอดและขยายผลงานเพื่อให้เกิด New S-Curve	2	3	6
แผนการดำเนินงาน 1. สร้าง Engagement กับ Network และ Partner เก่า โดยการนำเสนอผลงานนวัตกรรมที่มี Potential และเกิดประโยชน์ร่วม 2. สร้าง Network และ Partner ใหม่ตาม Trend และทิศทางองค์กร เพื่อขยายโอกาสในการต่อยอด New S-Curve 3. มีหน่วยงานกลางทำหน้าที่สนับสนุนและร่วมแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสร้างผลงานนวัตกรรมและ New S-Curve				

6. Premium Research/ Academic Service & Solutions (วิจัย, ศัพัมพ์, บริการวิชาการที่คุณภาพสูง)

ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk)	ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor)	ผลกระทบ (Impact)	โอกาสเกิด (Likelihood)	ระดับความเสี่ยง (Risk Level)
ไม่สามารถพัฒนา Academic Service & Solutions ที่สร้าง มูลค่าเพิ่มได้	1. Matching Premium Product & Service กับ ลูกค้า High Class 2. พัฒนา Premium Academic Service & Solutions - การอัปเดต KM Mapping ที่มีศักยภาพทางธุรกิจ - นำความรู้ไปใช้ในการสร้างบริการวิชาการที่มีคุณภาพสูง - ร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการสร้าง งานบริการวิชาการคุณภาพสูง	3	2	6
แผนการดำเนินงาน 1. Update ข้อมูล Knowledge Mapping ให้เป็นปัจจุบันเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์สูงสุด 2. นำความรู้/ความเชี่ยวชาญบน Knowledge Mapping ที่มีศักยภาพทางธุรกิจไปหาโอกาสผ่านการทำ Academic Services & Solutions 3. ร่วมมือกับ Network และ Partner เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการสร้าง Academic Services & Solutions คุณภาพสูง				

7. Lively Workplace (คน, วัฒนธรรมองค์กร, High Performance Organization)

ความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ (Strategic Risk)	ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor)	ผลกระทบ (Impact)	โอกาสเกิด (Likelihood)	ระดับความเสี่ยง (Risk Level)
สถาบันไม่สามารถสร้าง Talent & Successor ใน ตำแหน่งที่สำคัญได้ทันเวลา	1. พัฒนาระบบบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล - การพัฒนาความเชี่ยวชาญในงานและวิชาการ (Professional Development) - การพัฒนาผู้นำ (Resilience Leadership Development) สำหรับอนาคต - ระบบการบริหารผลงาน ค่าตอบแทนตามผลงานและ ศักยภาพบุคลากร - Talent and Succession Development - สร้างความผูกพันขององค์กร (สำรวจ/ การใช้ผลเพื่อ กำหนดระบบภาพรวม/ เสนอแนะให้หน่วยงานใช้)	3	3	9
แผนการดำเนินงาน 1. พัฒนาความเชี่ยวชาญในงานและวิชาการ (Professional Development) 2. พัฒนาผู้นำ (Resilience Leadership Development) สำหรับอนาคต 3. บริหารผลงานและค่าตอบแทนตามผลงานและศักยภาพบุคลากร 4. จัดทำ Talent and Succession Development 5. สร้างความผูกพันขององค์กร				

2. ความเสี่ยงของกลุ่มธุรกิจ (Corporate Risk) คือ ความเสี่ยงที่บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ถ่ายทอดสู่ทุกบริษัทในกลุ่มธุรกิจเป็นแนวนโยบายเดียวกัน เพื่อให้มีการบริหารจัดการความเสี่ยงในประเด็นที่กำหนด เนื่องจากความเสี่ยงเหล่านั้นอาจเป็นความเสี่ยงที่สามารถส่งผลกระทบในสู่บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และกลุ่มธุรกิจได้ โดยมีประเด็นความเสี่ยงดังต่อไปนี้

- (1) การเรียนการสอนที่ถูกทดแทนด้วยระบบออนไลน์
- (2) ความเสียหายที่เกิดจากการไม่ปฏิบัติตามพรบ.คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล
- (3) โอกาสที่เกิดการทุจริตในองค์กร
- (4) การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ข้องบังคับและกฎหมาย
- (5) ระบบ IT หยุดชะงัก

- (6) ข้อมูลของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ
- (7) การละเมิดสิทธิมนุษยชน
- (8) ไม่สามารถเข้ามาปฏิบัติงานได้ในกรณีอัคคีภัยหรืออุทกภัย



3. ความเสี่ยงระดับหน่วยงาน (Department Risk) คือ ความเสี่ยงย่อยระดับหน่วยงานที่สถาบันเปิดโอกาสให้ทุกหน่วยงานสามารถค้นหา และบริหารจัดการประเด็นความเสี่ยงดังกล่าวได้ตามบริบทของงานที่รับผิดชอบหลัก เพื่อให้การบริหารความเสี่ยงนั้นทั่วถึงและครบทุกมิติของสถาบัน

นอกจากการบริหารความเสี่ยงทั้ง 3 ระดับแล้ว สถาบันยังสร้างวัฒนธรรมของการบริหารความเสี่ยงตามแนวนโยบายของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ด้วยการบริหารความเสี่ยงที่เป็นภัยมืด ซึ่งภัยมืดหมายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเกินความคาดหมายส่งผลกระทบที่รุนแรงและคาดเดาได้ยากสถาบันเปิดโอกาสให้บุคลากรของสถาบันทุกคน เสนอประเด็นภัยมืดจากสิ่งที่พบในขอบเขตงานของตนเองหรือแม้กระทั่งภัยมืดในระดับสถาบันจนถึงระดับกลุ่มบริษัทโดยมีคณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกนำไปบริหารจัดการและให้รางวัลแก่เจ้าของภัยมืดด้วย



10

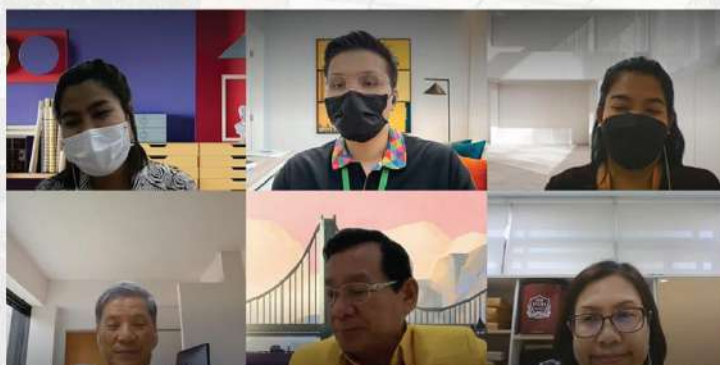
การบริหารแผนกลยุทธ์ และแผนบริหารความเสี่ยง

การถ่ายทอดแผนกลยุทธ์และความเสี่ยงของสถาบันฯ สู่หน่วยงาน

จากการกำหนดแผนกลยุทธ์และแผนบริหารความเสี่ยงของสถาบันที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับแล้วนั้น เพื่อให้แผนกลยุทธ์มีการดำเนินงานและมีหน่วยงานที่รับผิดชอบชัดเจน สถาบันจึงมีกระบวนการในการถ่ายทอดแผนงานสู่หน่วยงานด้วยการสื่อสารอย่างเป็นทางการจากผู้บริหารผ่านงาน PIM Performance Insight ควบคู่กับการทำ Strategic Alignment คือ เดินสายสื่อสารและทำความเข้าใจจากทีมแผนของสถาบันไปสู่หน่วยงานอย่างทั่วถึง ซึ่งในตอนนี้หน่วยงานจะได้ทำความเข้าใจ ชักถามรายละเอียดของแผน เพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนงานในระดับหน่วยงานที่สอดคล้องกับของสถาบันต่อไปได้ ซึ่งในขณะเดียวกันหน่วยงานก็สามารถกำหนดแผนงาน/โครงการที่จะดำเนินการได้เองภายใต้พันธกิจหลักของหน่วยงานได้ด้วย และเมื่อผ่านการดำเนินงาน 1 ภาคการศึกษา สถาบันจะมีกระบวนการในการทบทวนและปรับปรุงแผนงานทั้งในระดับสถาบันจนถึงรายบุคคล เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามนโยบายและสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินงานประจำภาคเรียนที่ 1 ของปีการศึกษานั้นๆ เพื่อติดตามผลการดำเนินงานของสถาบันผ่านงาน PIM Performance Insight ที่ให้บุคลากรทุกคนในสถาบันเข้ามามีส่วนร่วมในการรับทราบข้อมูลผลการดำเนินงานร่วมกันทั้ง Online และ Onsite ควบคู่กัน



ภาพการทำ Strategic Alignment
เดินสายสื่อสารแผนโดยทีมแผน



และในขณะเดียวกัน การถ่ายทอดแผนบริหารความเสี่ยงนอกเหนือจากการสื่อสารควบคู่กับ แผนกลยุทธ์สถาบันแล้วยังมีการดำเนินการผ่านคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของสถาบันที่มีตัวแทน จากทุกคณะ เพื่อให้การสื่อสารครบถ้วน ทัวถึง และมีประสิทธิภาพ

การถ่ายทอดแผนงานสู่การปฏิบัติ

จากการกำหนดแผนกลยุทธ์ในระดับสถาบันด้วยการมีส่วนร่วมในทุกระดับแล้วนั้น เพื่อให้ข้อมูลสำคัญ ในเชิงกลยุทธ์ถูกถ่ายทอดสู่หน่วยงานอย่างถูกต้อง งานบริหารกลยุทธ์และความเสี่ยงได้เดินเข้าสู่สาร แผนกลยุทธ์สถาบันแก่ทุกหน่วยงาน เพื่อทำความเข้าใจและให้หน่วยงานที่รับผิดชอบได้กำหนดแผนงาน ระดับหน่วยงานที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์สถาบันต่อไป

การถ่ายทอดแผนงานจากแผนกลยุทธ์สู่หน่วยงาน

แผนกลยุทธ์สถาบัน									
วิสัยทัศน์	พันธกิจ	เป้าประสงค์	Target	Sub-Target	Target	Sub-Target	Target	Sub-Target	Target
3.1 ส่งเสริมและสร้างให้เกิดระบบ...			100%	80%	100%	80%	100%	80%	100%
3.2 ส่งเสริมและสร้างให้เกิดระบบ...			100%	80%	100%	80%	100%	80%	100%
3.3 ส่งเสริมและสร้างให้เกิดระบบ...			100%	80%	100%	80%	100%	80%	100%

แผนงานระดับหน่วยงาน									
หน่วยงาน	แผนงาน	เป้าประสงค์	Target	Sub-Target	Target	Sub-Target	Target	Sub-Target	Target
3. แผนงาน...	3.1 ส่งเสริมและสร้างให้เกิดระบบ...	...	100%	80%	100%	80%	100%	80%	100%
	3.2 ส่งเสริมและสร้างให้เกิดระบบ...	...	100%	80%	100%	80%	100%	80%	100%
	3.3 ส่งเสริมและสร้างให้เกิดระบบ...	...	100%	80%	100%	80%	100%	80%	100%
	3.4 ส่งเสริมและสร้างให้เกิดระบบ...	...	100%	80%	100%	80%	100%	80%	100%

Operational Strategy

จากการเสนออนุมัติแผนงานระดับหน่วยงาน แผนงบประมาณ และแผนอัตรากำลังคนแล้ว หน่วยงานจะต้องนำแผนงาน/โครงการมากำหนดรายละเอียดให้ละเอียดมากขึ้น หากโครงการแผนงานใดมีการใช้งบประมาณซึ่งผ่านการอนุมัติในเบื้องต้นแล้ว ต้องนำโครงการนั้นมาเขียนแบบเสนอโครงการ (One Page) เพื่อเสนอต่อผู้บริหารลงนามอย่างเป็นทางการ และให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติงานและใช้งบประมาณได้ตามแผน

เมื่อจบปีการศึกษาสถาบันจะมีกระบวนการในการรายงานผลการดำเนินงานทั้งระดับสถาบัน จนถึงรายบุคคล โดยผลการดำเนินงานของสถาบันจะถูกรวบรวมและเผยแพร่ให้รับทราบโดยทั่วกันผ่าน งาน PIM Performance Insight อีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้เป็นทิศทางภาพรวมทำงานตลอดทั้งปี และใช้ข้อมูลดังกล่าวในการพัฒนาและปรับปรุงแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการในปีต่อไป ส่วนผลการดำเนินงานรายบุคคลสถาบันจะใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารผลงาน การขึ้นเงินเดือน ปรับตำแหน่งงานและวางแผนในการพัฒนาบุคลากรเป็นรายคนตามตำแหน่งงานต่อไป



ภาพงาน PIM Performance Insight

การบริหารงานผลด้วย KPI ควบคู่กับ OKRs และ Cross Functional

นอกจากการบริหารจัดการผลงานปกติด้วยการใช้ KPI ในการวัดผลตั้งแต่กลยุทธ์สถาบันจนถึงรายบุคคลแล้ว สถาบันยังใช้การวัดผลด้วย OKRs กับโครงการที่เรียกว่า Cross Functional ซึ่งเป็นการทำงานแบบ Agile Team ซึ่งโครงการแบบ Cross Functional นี้เกิดจากการที่สถาบันให้พื้นที่บุคลากรในการเสนอโครงการในการพัฒนางานหรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานแบบ Bottom-up ที่เป็นประโยชน์ต่อสถาบันขึ้นมาสู่ผู้บริหาร เพื่อให้ผู้บริหารพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของโครงการความน่าสนใจการขยายผลสู่หน่วยงานอื่น ๆ ในสถาบัน ซึ่งโครงการเหล่านั้นจะถูกวัดผลด้วยการใช้ OKRs เพราะต้องการความรวดเร็วในการดำเนินการ และต้องการความรู้ที่หลากหลายของคนในสถาบันฯ จึงเรียกว่า Cross Functional Project โครงการในลักษณะนี้จะเป็นโครงการใหม่ เป็นโครงการที่ทำตาย โครงการที่ต้องการความรวดเร็วในการวัดผลในแต่ละขั้นและสามารถขยายผลลัพธ์ที่สถาบันต้องการซึ่งผลลัพธ์นั้นจะนำไปสู่การพิจารณาเงินทุนในการขยายผลโครงการต่อไปด้วย



11

นโยบายสภาสถาบัน การจัดการปัญญาภิวัฒน์

จากการเสนอแผนกลยุทธ์และแผนบริหารความเสี่ยงของสถาบันไปตามเนื้อหาข้างต้นแล้วนั้น เพื่อความสะดวกในการสื่อสารต่อบุคลากรและบุคคลภายนอก และเป็นไปตามระเบียบของการประกัน คุณภาพการศึกษาจึงสรุปสาระสำคัญของแผนกลยุทธ์เป็นร่างนโยบายสภาสถาบันและแผนบริหาร ความเสี่ยงเป็นร่างนโยบายการบริหารความเสี่ยงสถาบัน ด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้



(ร่าง) ประกาศสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ที่ /2566

เรื่อง นโยบายสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในการประชุมครั้งที่ 3/2566 เมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ.2566 มีมติเห็นชอบให้กำหนดนโยบายสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เพื่อเป็นทิศทางในการวางแผนดำเนินงาน ของสถาบันในการศึกษา 2565 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 35 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษา เอกชน พ.ศ. 2546 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2550 จึงประกาศนโยบายสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ขอให้สถาบันมุ่งพัฒนาระบบการศึกษาที่ตอบสนองผู้เรียนทุกกลุ่ม ด้วยแนวทางการจัดการศึกษา แบบ Work-based Education การเป็นสถาบันที่สร้างเครือข่ายความร่วมมือ (Networking University) เพื่อเป็นมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจของพันธมิตร (Corporate University for All) สร้างผู้เรียนที่มี คุณภาพ ส่งเสริมนักศึกษาวิสาหกิจ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม การบริหารจัดการด้วยคุณภาพใช้หลักจรรยา ภิบาล และบริหารความยั่งยืน รวมถึงสนับสนุนนักศึกษาที่ด้อยโอกาส ให้เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพในการ พัฒนาสังคมและประเทศชาติ โดยกำหนดเป็นนโยบาย 7 ด้าน ดังนี้

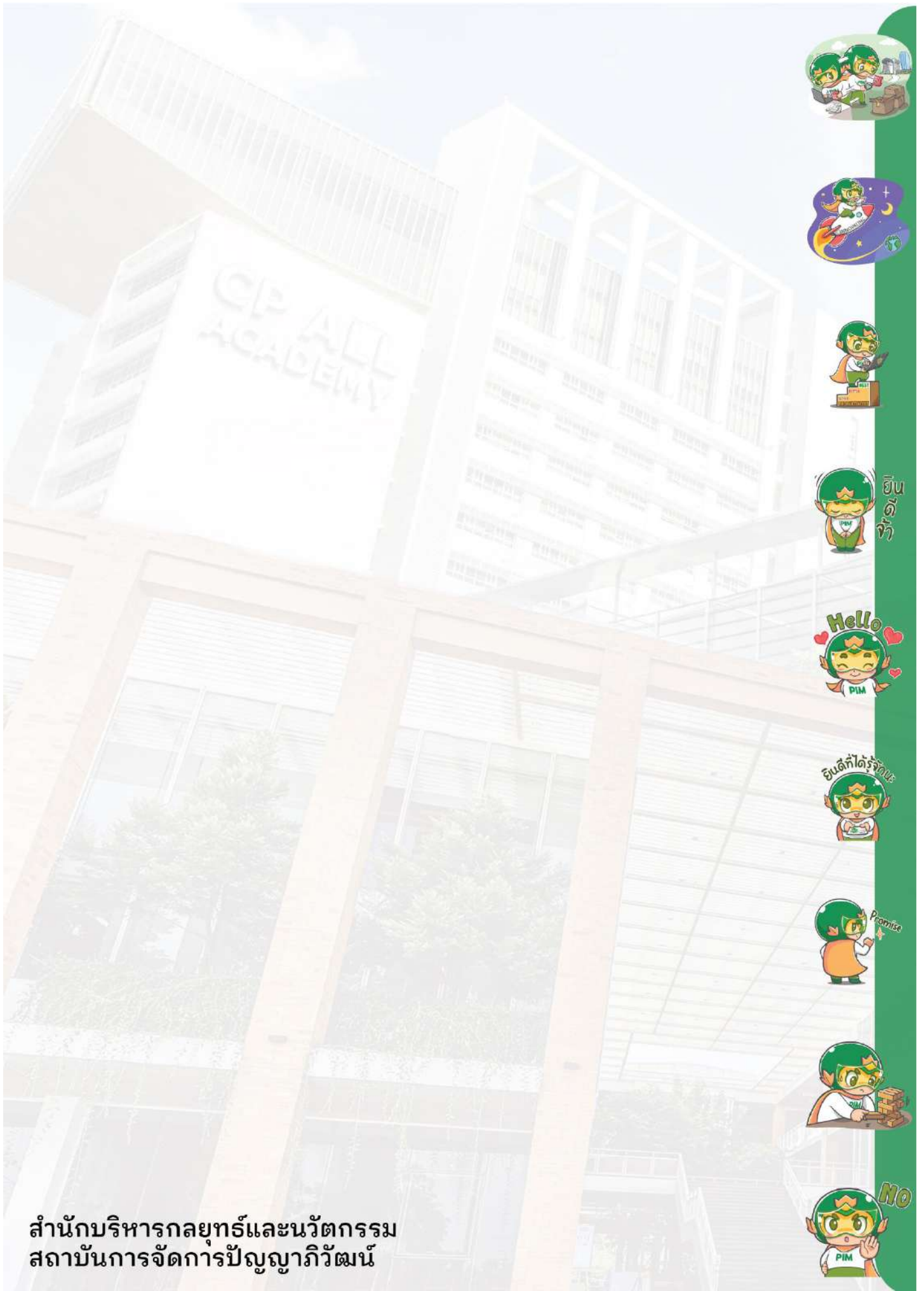
- 1) สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้แก่สถาบัน ด้วยการเพิ่มการเติบโตของรายได้จากการเรียนการสอน และรายได้อื่นๆจากจุดแข็งของสถาบัน มีการบริหารต้นทุนและงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างการยอมรับต่อสังคมและประชาชนในลักษณะการสร้างสรรค์และแบ่งปันโอกาส (Giving & Sharing Opportunity) คู่สังคม
- 2) สร้างการยอมรับและส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่สถาบันในฐานะของการเป็นมหาวิทยาลัยแห่ง องค์การธุรกิจของพันธมิตรและสังคม (Corporate University for All) ด้วยระบบการศึกษา แบบการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Work-based Education) เพื่อสร้างโอกาสในด้าน การเรียนการสอน การฝึกงาน และสร้างประสบการณ์ในระดับอาเซียนและนานาชาติ
- 3) พัฒนากลยุทธ์การเรียนการสอนร่วมกับภาคธุรกิจ และตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่ หลากหลายในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- 4) สร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้เรียนทุกกลุ่ม ด้วยการดูแลอย่างใกล้ชิด จัดบริการที่เหมาะสม ตลอดจนอำนวยความสะดวกแก่นักศึกษาจนกระทั่งเป็นศิษย์เก่าของสถาบัน
- 5) สร้าง พัฒนาพื้นที่และหาโอกาสให้แก่ักศึกษาและบุคลากรเพื่อพัฒนางานนวัตกรรม ที่ สามารถให้ประโยชน์ได้จริงและสามารถต่อยอดสู่การสร้างโอกาสเชิงพาณิชย์ให้แก่สถาบันได้

- 6) พัฒนางานวิจัยและการบริการวิชาการที่มีคุณภาพและคุณค่าสูง (Premium Research & Academic Services) แก่สังคม วงการวิชาการเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) จากองค์ความรู้ที่เชี่ยวชาญของบุคลากรและเครือข่ายภายนอกของสถาบัน
- 7) พัฒนางองค์กรให้เป็นองค์กรประสิทธิภาพสูง (High Performance Organization) ตามกรอบของ EdPEx ประกอบด้วย การยกระดับองค์กรจากเทคโนโลยี (Digital Transformation) การสร้างวัฒนธรรมองค์กร (Culture) การพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะสูง (Competency based Development) วางแผนการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Management) เพื่อสร้างผู้นำในอนาคต และสร้างความผูกพันกับสถาบัน

จึงประกาศให้ทราบและถือสารเป็นทิศทางในการบริหารเชิงกลยุทธ์ของสถาบันต่อไป

ประกาศ ณ วันที่ มิถุนายน พ.ศ. 2566

(ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.นพพร แส ขมวงค์)
นายกสภาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์



อิน
ด้
ท์



อิน
ด้
ท์
รู้
จ
น



Promise



No

สำนักบริหารกลยุทธ์และนวัตกรรม
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์