

แผนกลยุทธ์ คณะบริหารธุรกิจ (พ.ศ. 2568 - 2571) ปรับปรุงปีงบประมาณ พ.ศ.2569



แผนกลยุทธ์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พ.ศ. 2568 – 2571
(ฉบับปรับปรุงปีงบประมาณ พ.ศ. 2569)

1. วิสัยทัศน์ (Vision)

The nationally leading business school committed to incubating innovative entrepreneurship, and social responsibility for sustainable development.

สถาบันการศึกษาด้านบริหารธุรกิจชั้นนำของประเทศ ที่มุ่งบ่มเพาะความเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรมและจิตสำนึกต่อสังคม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

2. พันธกิจ (Mission)

We commit to produce ethical and socially conscious students and close-to-practice knowledge as well as to provide managerial excellence for business and community

เรามุ่งมั่นที่จะผลิตบัณฑิตผู้เปี่ยมด้วยคุณธรรมและจิตสำนึกต่อสังคม และสร้างองค์ความรู้ที่นำไปปฏิบัติได้ ตลอดจนเป็นผู้ชี้แนวทางสู่ความเป็นเลิศทางการบริหารธุรกิจต่อธุรกิจและสังคม

3. คุณค่า (Values)

V1: บัณฑิตผู้เปี่ยมไปด้วยจิตสำนึกต่อสังคม (Graduates with ethics and social conscience):
 ผู้สำเร็จการศึกษาจากคณะบริหารธุรกิจ เป็นผู้มีจิตสำนึกต่อสังคม เสียสละ มีคุณธรรมและยึดถือประโยชน์ของส่วนรวมเป็นสำคัญ

V2: องค์ความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ (Close-to-practice knowledge): คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มุ่งมั่นในการสร้าง องค์ความรู้ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง โดยผ่านพันธกิจ การเรียน การสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ

V3: การชี้แนวทางสู่ความเป็นเลิศทางการบริหารธุรกิจต่อธุรกิจและสังคม (Managerial excellence):
 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มุ่งมั่นในการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาและพัฒนาธุรกิจและสังคม โดยผ่านพันธกิจด้านการเรียน การสอน การวิจัยและการบริการวิชาการ

การบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ และการสร้างคุณค่าของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีขอบเขตในการดำเนินงาน ดังนี้

1. การเป็นผู้ร่วมสร้างความรู้กับศาสตร์และศิลป์อื่น (Co-creators of Knowledge) ในการสร้างและส่งเสริมระบบนิเวศของการสร้างธุรกิจใหม่และการประกอบธุรกิจการพัฒนาคู่มือความรู้ทางการบริหารธุรกิจ และการแสวงหาคำตอบต่อปัญหาของธุรกิจและสังคม
2. การเป็นผู้เร่งรัดให้เกิดนวัตกรรม (Catalysts for Innovation) ด้วยการร่วมมือกับผู้ประกอบการและองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ในการสะท้อนความต้องการของผู้ใช้ผู้พัฒนานวัตกรรม ตลอดจนพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องจนเป็นแบบอย่างที่ดีของการสร้างนวัตกรรมการบริหารธุรกิจ
3. การเป็นอาศรมของการเรียนรู้ตลอดชีพ (Hubs of Lifelong Learning) การเป็นโรงเรียนหรือห้องปฏิบัติการเพื่อการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาพื้นฐานทางปัญญาของผู้เรียน การพัฒนาคุณภาพการอบรมและสั่งสอนของคณาจารย์และความเป็นเลิศในการวิจัยและบริการวิชาการ
4. การเป็นผู้เอื้ออำนวยต่อความรุ่งเรืองอันยั่งยืน (Enablers of Sustainable Prosperity) การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและเอื้ออำนวยการพัฒนาแก่ธุรกิจและสังคมเพื่อสร้างความเข้มแข็งและการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจและสังคม

4. ค่านิยม (AccBA's Shared Values and Culture)

- A = Academic Excellence must thrive from morality
ความเป็นเลิศทางวิชาการต้องงอกงามจากคุณธรรม
- C = Competence Co-creation is the only way to continuous improvement
การร่วมสร้างสมรรถนะภายในคือวิถีเดียวแห่งการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- C = Constructive Collaboration completes our duties
การสร้างความร่วมมืออย่างสร้างสรรค์จะทำให้เราทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์
- B = Balanced Sufficiency is the key to capital of life
ความพอเพียงที่สมดุลคือทุนที่สำคัญของชีวิต
- A = Altruistic Practice is the root of our operations
ดำเนินการเพื่อผู้อื่นเหนือตนเองคือรากฐานแห่งการปฏิบัติหน้าที่

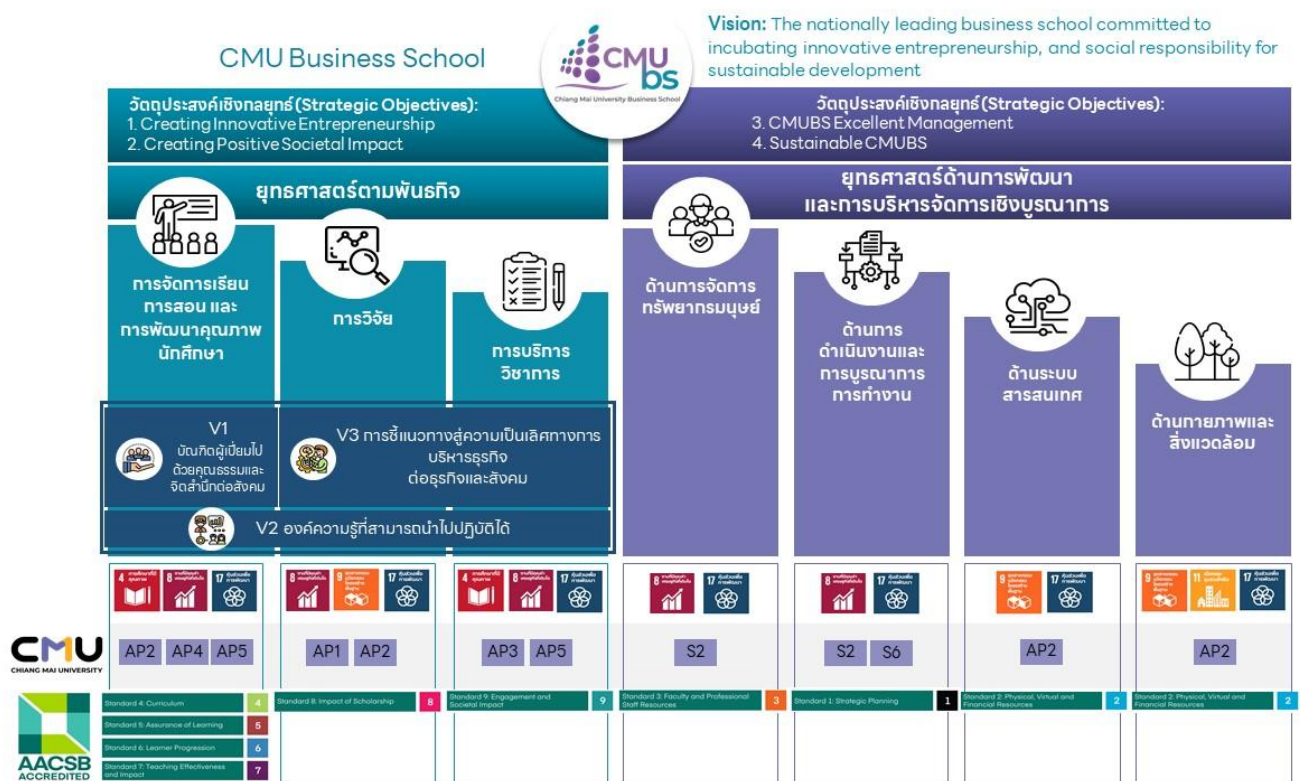
5. วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives)

คณะบริหารธุรกิจกำหนดวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ 4 ด้าน ดังนี้

1. สร้างความเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม (Creating Innovative Entrepreneurship)
2. สร้างผลกระทบเชิงบวกแก่สังคม (Creating Positive Societal Impact)
3. สร้างระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศ (CMUBS Excellent Management)
4. สร้างความยั่งยืนแก่คณะ (Sustainable CMUBS)

6. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคณะบริหารธุรกิจ

การที่คณะบริหารธุรกิจจะบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ด้านที่ 1 และ 2 จะดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจหลัก 3 ด้าน อันประกอบไปด้วย ด้านการจัดการเรียนการสอนและการพัฒนาคุณภาพนักศึกษา ด้านการวิจัย และด้านการบริการวิชาการ และการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ด้านที่ 3 และ 4 จะดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและการบริหารจัดการเชิงบูรณาการ 4 ด้าน อันประกอบไปด้วยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการดำเนินงานและการบูรณาการการทำงาน ด้านระบบสารสนเทศ และด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ SDGs ตามนโยบายของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมาตรฐานการรับรองคุณภาพการศึกษาระดับสากล (International Accreditation) ของ Association to Advance Collegiate Schools of Business หรือ AACSB ประเทศสหรัฐอเมริกา และของ Business Graduates Association หรือ BGA ประเทศสหราชอาณาจักร อีกทั้งสอดคล้องกับกลยุทธ์ (Strategy: S) และแผนปฏิบัติการ (Action Plan: AP) ตามแผนพัฒนามหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระยะที่ 13 (ปรับปรุงปีงบประมาณ 2568) ดังต่อไปนี้



ตารางแสดงวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ และตัวชี้วัดแผนกลยุทธ์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีงบประมาณ 2568-2571

(ฉบับปรับปรุง ปีงบประมาณ พ.ศ.2569)

วัตถุประสงค์ เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/ รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหาร ที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
1. การสร้างความเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม (Creating Innovative Entrepreneurship)	<u>ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจ</u> S1 ด้านการจัดการเรียนการสอน	S1.1 การสร้างนวัตกรรมด้านการเรียนการสอน โดยเน้นการสร้างความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) และก่อให้เกิดประสบการณ์ในการเรียนรู้ (Learning Experience)	1	เปิดกระบวนวิชาใหม่/ปรับปรุงกระบวนวิชาในหลักสูตร Degree Program (หลักสูตรระดับปริญญาตรี, หลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา) ให้มีกระบวนวิชาด้าน Data Analytics, Digital Technology, AI	จำนวนกระบวนวิชา (FY)	11	10	10	รองคณบดี/ผู้ช่วยคณบดี (ด้านบริหารการศึกษา), หัวหน้าภาควิชา, ประธานหลักสูตร	งานบริการการศึกษา
			2	พัฒนาหลักสูตร Multidisciplinary and Interdisciplinary Program ระดับปริญญาตรี	จำนวนหลักสูตร (FY)	2	1	1	รองคณบดี/ผู้ช่วยคณบดี (ด้านบริหารการศึกษา)	งานบริการการศึกษา
			3	พัฒนาหลักสูตร Multidisciplinary and Interdisciplinary Program ระดับบัณฑิตศึกษา	จำนวนหลักสูตร (FY)	1	2	1	รองคณบดี/ผู้ช่วยคณบดี (ด้านบริหารการศึกษา)	งานบริการการศึกษา
			4	เปิดสอน/ปรับปรุงกระบวนวิชาที่มีเนื้อหาด้านความยั่งยืนทางธุรกิจ (Sustainable Business)	จำนวนกระบวนวิชา (FY)	8	8	8	รองคณบดี/ผู้ช่วยคณบดี (ด้านบริหารการศึกษา), หัวหน้าภาควิชา	งานบริการการศึกษา

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
			5	สร้าง Modular Learning (Lifelong education) ได้แก่ Micro Credential หรือ Microcredit หรือ Micromodule	จำนวนหน่วยการเรียนรู้ (FY)	4	4	4	รองคณบดี/ผู้ช่วยคณบดี (ด้านบริหารการศึกษา), หัวหน้าภาควิชา, ประธานหลักสูตร	งานบริการการศึกษา
			6	อัตราส่วนของวิชาในแต่ละหลักสูตรที่มีการนำวิธีการต่างๆ ที่ช่วยเพิ่ม Student-Faculty Interactions มาใช้ในการเรียนการสอนมากกว่าการสอนด้วยการบรรยาย (Active Learning)	ร้อยละ (FY)	75	80	80	รองคณบดี/ผู้ช่วยคณบดี (ด้านบริหารการศึกษา)	งานบริการการศึกษา
			7	จำนวนหลักสูตรระดับปริญญาตรีที่มี Work Integrated Learning WIL) or Cooperative and Work Integrated Education (CWIE) เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร	จำนวนหลักสูตร (FY)	-	-	1	รองคณบดี/ผู้ช่วยคณบดี (ด้านบริหารการศึกษา)	งานบริการการศึกษา

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
1. การสร้างความเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม (Creating Innovative Entrepreneurship)	<u>ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจ</u> S2 ด้านการพัฒนาคุณภาพนักศึกษา	S2.1 ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมคุณธรรม จริยธรรม และจิตสำนึกต่อสังคมแก่นักศึกษา	8	จำนวนโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมคุณธรรม จริยธรรม และจิตสำนึกต่อสังคมแก่นักศึกษา	โครงการ (FY)	5	5	5	รองคณบดี (พัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์)	งานพัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์
		S2.2 สร้างกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพนักศึกษา เพื่อเพิ่มเติม Soft skills ที่จำเป็นในการทำงานและใช้ชีวิตในสังคม รวมถึงทักษะทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง	9	จำนวนครั้งในการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ 7 Skill Sets และ AI ระดับปริญญาตรี	ครั้ง (7 Skills+1AI, Skill ละ 2 ครั้ง) (FY)	16	16	16	รองคณบดี (พัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์)	งานพัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์
			10	จำนวนครั้งในการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ 7 Skill Sets และ AI ระดับบัณฑิตศึกษา	ครั้ง (2 Skills+1AI, Skill ละ 1 ครั้ง) (FY)	3	3	3	รองคณบดี (พัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์)	งานพัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์
		S2.3 พัฒนาระบบการติดตาม ดูแล ให้ความช่วยเหลือแก่นักศึกษาที่ด้อยโอกาส นักศึกษาพิการ นักศึกษาที่มีภาวะความผิดปกติด้านจิตใจ รวมทั้งนักศึกษาที่มีปัญหาด้านต่าง ๆ	11	ระบบที่แสดงสถานะและการให้ความช่วยเหลือแก่นักศึกษา (นักศึกษาที่ด้อยโอกาส นักศึกษาพิการ นักศึกษาที่มีภาวะความผิดปกติด้านจิตใจ รวมทั้งนักศึกษาที่มีปัญหาด้านต่าง ๆ ระหว่างที่เรียนอยู่ในมหาวิทยาลัย)	จำนวนระบบ (FY)	1 (EN)	1 (CN)	-	รองคณบดี (พัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์)	งานพัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
		S2.4 สร้างเครือข่ายเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องกับหน่วยงาน สมาคมองค์กรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและโอกาสในการดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพนักศึกษา	12	สร้าง/จัดกิจกรรมร่วมกับเครือข่าย	กิจกรรม (FY)	2 (TH)	2 (1 TH, 1 Inter)	2 (1 TH, 1 Inter)	รองคณบดี (พัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์)	งานพัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์
		S2.5 ทำงานร่วมกับสมาคมนักศึกษาเก่า คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของสมาคมฯ ให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น	13	ทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างศิษย์เก่ากับนักศึกษาปัจจุบัน	ครั้ง/ปี (FY)	5	5	5	รองคณบดี (พัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์)	งานพัฒนาคุณภาพนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจ	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
2. การสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่สังคม (Creating Positive societal impact)	<u>ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจ</u> S3 ด้านการวิจัย	S3.1 ส่งเสริมการสร้างและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ (Intellectual Contributions) ที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินการตามมาตรฐานคุณภาพการศึกษา AACSB พัฒนา "แพลตฟอร์มวิจัยดิจิทัล" เพื่อเชื่อมโยงนักวิจัยและผู้ใช้งานผลงานวิจัย (เปิดตัว "แพลตฟอร์มวิจัยดิจิทัล" ที่รวบรวมผลงานวิจัยและบทความ)	14	จำนวนครั้งที่องค์ความรู้จากผลงานวิจัยถูกนำไปประยุกต์ใช้ในภาคอุตสาหกรรม/เชิงพาณิชย์/Startup หรือได้รับการอ้างอิงในบทความวิชาการ/ช่องทางออนไลน์	จำนวนครั้ง (FY)	50	100	200	รองคณบดี (วิจัย)	งานบริหารงานวิจัยฯ/ภาควิชา

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
		S3.2 ส่งเสริมการสร้างกลุ่มวิจัยเพื่อทำวิจัยร่วมกัน พัฒนาพื้นที่ออนไลน์ "ThinkLink Lab" (ห้องปฏิบัติการความคิดสร้างสรรค์ และการเชื่อมโยง ด้านจัดการธุรกิจเพื่อแก้ปัญหาในพื้นที่ (Local Research Incubator)) (เน้นการสื่อถึงการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และการเชื่อมโยงองค์ความรู้ข้ามศาสตร์ วิจัย และภาคธุรกิจ เข้าด้วยกัน)	15	จำนวนกรณีศึกษาที่บูรณาการองค์ความรู้ระหว่างสาขาเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม	จำนวนกรณีศึกษา (FY)	1	1	1	รองคณบดี (วิจัย)	งานบริหารงานวิจัยฯ/ ภาควิชา
		S3.3 สร้างระบบสนับสนุนการสร้างผลงานทางวิชาการในรูปแบบต่าง ๆ (Intellectual Contributions)	16	จำนวนบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิจัยที่เปิดตัวไม่น้อยกว่า 15 เรื่องต่อปี	จำนวนบทความ (FY)	15	15	15	รองคณบดี (วิจัย)	งานบริหารงานวิจัยฯ/ ภาควิชา

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
		- เปิดตัวแพลตฟอร์มที่รวมบทความวิชาการ, eBooks, พอดแคสต์, วิดีโอความรู้, Virtual Knowledge Hub สำหรับการถ่ายทอดความรู้แบบมีอาชีพในระดับสากล	17	จำนวนครั้งที่ผู้ใช้งานเข้าถึงเนื้อหาองค์ความรู้จากผลงานวิจัย/ กรณีศึกษาที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์ม	จำนวนครั้ง/ปี (FY)	200	300	400	รองคณบดี (วิจัย)	งานบริหารงานวิจัยฯ/ ภาควิชา
		S3.4 สร้างเครือข่ายในการทำวิจัยและสร้างผลงานทางวิชาการในรูปแบบต่างๆ (Intellectual Contributions) รวมทั้งการบูรณาการระหว่างศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง	18	จำนวนข้อเสนอโครงการที่ยื่นต่อแหล่งทุนภายนอก	จำนวนข้อเสนอ (FY)	1	2	2	รองคณบดี (วิจัย)	งานบริหารงานวิจัยฯ/ ภาควิชา
			19	จำนวนการจัดกิจกรรม Hackathon ข้ามศาสตร์ (Interdisciplinary Hackathons)/Crowdsourcing ไอเดีย/กิจกรรมสร้างความร่วมมือทางวิชาการ	จำนวนครั้ง (FY)	1	1	1	รองคณบดี (วิจัย), ผู้อำนวยการศูนย์ MIC	งานบริหารงานวิจัยฯ/ ภาควิชา
			20	จำนวนโครงการ/ผลงานวิจัยที่เกิดขึ้นจริงจาก Expert Exchange Program หรือ Visiting Professor Program ในระดับประเทศและนานาชาติ (ประเทศที่มี MOU)	จำนวนผลงาน (FY)	3	3	3	รองคณบดี (วิจัย), หัวหน้าภาควิชา	งานบริหารงานวิจัยฯ/ ภาควิชา

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
2. การสร้างผลกระทบเชิงบวกแก่สังคม (Creating Positive societal impact)	ยุทธศาสตร์ตามพันธกิจ S4 ด้านการบริการวิชาการ	S4.1 ส่งเสริมการบริการวิชาการเพื่อสร้างผลกระทบทางบวก (Positive Impact)	21	จำนวนโครงการบริการวิชาการที่สร้างผลกระทบทางบวก (Positive Impact) แก่กลุ่มเป้าหมาย	โครงการ/กิจกรรม (FY)	5	5	5	หัวหน้าภาควิชา,ประธานโครงการระดับบัณฑิตศึกษารองคณบดี (พัฒนาคุณภาพนักศึกษาและวิชาการ) ผู้ช่วยคณบดี (วิเทศฯ บริการวิชาการ) ผู้อำนวยการศูนย์ (MIC)	ภาควิชา, โครงการระดับบัณฑิตศึกษา งานพัฒนาคุณภาพนักศึกษา, งานบริการการศึกษา หน่วยบริการวิชาการ, ศูนย์ MIC
		S4.2 สนับสนุนให้เกิดการบริการวิชาการที่เชื่อมโยงกับการเรียนการสอนเพื่อให้เกิดการเรียนการสอนในรูปแบบ Experiential Learning	22	จำนวนโครงการบริการวิชาการที่เชื่อมโยงกับการเรียนการสอนในรูปแบบ Experiential Learning (Full)				รองคณบดี, ผู้ช่วยคณบดี (วิชาการ) หัวหน้าภาควิชา, ประธานโครงการระดับบัณฑิตศึกษา	งานบริการการศึกษา ภาควิชา, โครงการระดับบัณฑิตศึกษา	
				ระดับปริญญาตรี	จำนวนโครงการ (FY)	5	6	6	ผู้ช่วยคณบดี (วิเทศฯ บริการวิชาการ)	หน่วยบริการวิชาการ
				ระดับปริญญาโท	จำนวนโครงการ (FY)	4	4	4		

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
		S4.3 จัดตั้ง CMUBS Academy เพื่อดำเนินการในการสร้างและเผยแพร่หลักสูตรการอบรมระยะสั้นในรูปแบบ Non-degree Program ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด	23	จำนวนหลักสูตรการอบรมระยะสั้นในรูปแบบ Non-degree Program	หลักสูตร (FY)	3	3	3	ผู้อำนวยการศูนย์ MIC	ศูนย์ MIC/ ภาควิชา
3. การสร้างระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศ (CMUBS Excellence Management)	<i>ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและ การบริหารจัดการเชิงบูรณาการ S5 ด้านการพัฒนาบุคลากร</i>	S5.1 ส่งเสริมวัฒนธรรมการพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายในคณะบริหารธุรกิจ มช. ผ่านการจัดกิจกรรม QCC (Quality Control Circle) และ Kaizen	24	จำนวนผลงานที่ได้รับการเผยแพร่	จำนวนผลงาน (FY)	4	5	6	รองคณบดี (HR)	งานบริหารทั่วไป
		S5.2 เสริมสร้างวัฒนธรรมดิจิทัลและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ AI	25	บุคลากรสายวิชาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ AI ในงานประจำ	ร้อยละ (FY)	80	80	80	รองคณบดี (HR)	งานบริหารทั่วไป
			26	บุคลากรสายสนับสนุนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ AI ในงานประจำ	ร้อยละ (FY)	80	85	90	รองคณบดี (HR)	งานบริหารทั่วไป

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) ใดๆ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
		S5.3 สร้างความผูกพันและการมีส่วนร่วมของคณาจารย์ บุคลากร (CMUBS Engagement)	27	ระดับความผูกพันของบุคลากร (จากรายงานผลการสำรวจความผูกพันของบุคลากร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)	ระดับความผูกพัน (FY)	Excellent	Excellent	Excellent	รองคณบดี (HR)	งานบริหารทั่วไป
3. การสร้างระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศ (CMUBS Excellence Management)	<u>ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและ</u> <u>การบริหารจัดการเชิงบูรณาการ</u> S6 ด้านการดำเนินงานและการบูรณาการการทำงาน	S6.1 การขับเคลื่อนคณะฯ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้ารับการรับรองมาตรฐานการศึกษา ระดับนานาชาติ AACSB ในรอบการประเมินครั้งถัดไป (Re-accreditation) ในปี 2568 และการเข้ารับการรับรองมาตรฐานการศึกษา ระดับนานาชาติ BGA	28	สถานะการรับรอง AACSB Re-Accreditation	สถานะการรับรอง (FY)	ได้รับการรับรอง	-	-	ผู้ช่วยคณบดี (International Accreditation)	งานพัฒนาและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์
			29	สถานะการรับรอง BGA Accreditation	สถานะการรับรอง (FY)	-	-	ได้รับการรับรอง		

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
		S6.2 การสร้างเครือข่าย เพื่อเชื่อมโยงการเรียน การสอน การพัฒนาคุณภาพนักศึกษา การวิจัยและบริการวิชาการ ร่วมกับองค์กร หน่วยงานต่างๆ ภายนอกคณะฯ หรือสถาบันการศึกษาอื่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการศึกษา AACSB หรือสถาบันการศึกษาที่อยู่ในระดับ Top 200 ของโลก	30	จำนวนข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) กับเครือข่ายในและต่างประเทศ	ฉบับ (FY)	6	6	6	ผู้ช่วย (วิเทศฯ บริการวิชาการ) หัวหน้าภาควิชา, ประธานโครงการระดับบัณฑิตศึกษา	หน่วยวิเทศสัมพันธ์ งานบริการการศึกษา, งานวิจัยและบริการวิชาการ,
			31	จำนวนกิจกรรมกับเครือข่ายในและต่างประเทศตามข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ (MOU) ที่มี (ที่มากกว่าการฝึกงาน)	จำนวนกิจกรรม (FY)	6	6	6	หัวหน้าภาควิชา, ประธานโครงการระดับ, บัณฑิตศึกษา	ภาควิชา, โครงการระดับบัณฑิตศึกษา

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) คณะฯ	ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์ (Strategy)	ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (KPI)		หน่วยนับ/รอบรายงาน*	ค่าเป้าหมายตัวชี้วัด (KPI Target)			ผู้บริหารที่รับผิดชอบ	หน่วยงานสนับสนุน
						69	70	71		
3. การสร้างระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศ (CMUBS Excellence Management)	<u>ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและการบริหารจัดการเชิงบูรณาการ S7 ด้านระบบสารสนเทศ</u>	S7.1 พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงบูรณาการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และประสบการณ์การใช้งานของบุคลากรและนักศึกษา	32	ร้อยละของการบูรณาการของระบบ	ร้อยละ (FY)	50	70	90	ผู้ช่วยคณบดี (IT และกายภาพ)	หน่วยงานวัดกรรมองค์กร หน่วย ITและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. การสร้างความยั่งยืนแก่คณะ (Sustainable CMUBS)	<u>ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและการบริหารจัดการเชิงบูรณาการ S8 ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม</u>	S8.1 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานของคณะให้เป็น Smart, Safe & Carbon-Neutral-Ready	33	SSCRI – Smart & Sustainable Readiness Index	คะแนน (0–100) (FY)	70	78	85	ผู้ช่วยคณบดี (IT และกายภาพ)	อาคารสถานที่, IT, การเงินและพัสดุ

*หมายเหตุ: รอบรายงาน (FY) ปีงบประมาณ