Vision "Leading College of Creative Digital Innovation"

Goal
1. TQC (350 คะแนน)
2. Socio-economic impact (350 ล้านบาท)

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (SO)	ตัวชี้วัดการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (KR)	เป้าหมาย KR				Activity	ตัวชี้วัดแผนปฏิบัติการที่สำคัญ (Action Plan)	เป้าหมาย Action Plan				ผู้รับผิดชอบ	งบประมาณ
		2567	2568	2569	2570			2567	2568	2569	2570		
SO1: Excellent learning ecosystem (learning playground)	KR1: สัดส่วนของนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรม/ทำงานในด้านเกี่ยวกับ creative digital (ร้อยละ)	30	40	50	60	1. Start up club	1. จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมชมรม	10	20	30	40	ผช.คณบดีฝ่ายนวัตกรรม	100,000
	KR2: ความพึงพอใจของนักศึกษา/ผู้เรียน/ผู้เข้าร่วมกิจกรรม (คะแนนเฉลี่ย)	4	4	4.5	4.5		2. จำนวน start up ที่เกิดขึ้น	2	4	6	8		
	KR3 ผลลัพธ์(ผลสำเร็จ)การเรียนรู้ของนักศึกษา/ผู้เรียนจากโครงการ/กิจกรรม (ร้อยละ)	60	70	75	80		3. ความพึงพอใจของ partner	4	4	4.5	4.5		
	KR4: ความพึงพอใจของ Partner	4	4	4.5	4.5	2. E-Sport club	1. จำนวนนักศึกษาของ camt ที่เข้าร่วม (ร่วมแข่งขันและ/หรือเป็นผู้จัดกิจกรรม)	50	100	150	200	รองฯ DITC	500,000
							2. จำนวนบุคคลภายนอกที่เข้าร่วม (ร่วมแข่งขันและ/หรือเป็นผู้จัดกิจกรรม)	100	200	300	400		
							3. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมและผู้จัดกิจกรรม (บุคคลภายนอกและนักศึกษา CAMT)	4	4	4.5	4.5		
							4. ความพึงพอใจของ partner	4	4	4.5	4.5		
						3. Cosplay and art toy	1. จำนวนนักศึกษาของ camt ที่เข้าร่วม (ร่วมกิจกรรมและ/หรือเป็นผู้จัดกิจกรรม)	30	60	90	120	ผู้ปฏิบัติหน้าที่ช่วยคณบดี	100,000
							2. จำนวนชิ้นงานที่เข้าตลาด(เชิงพาณิชย์)ต่อจำนวนชิ้นงานทั้งหมด	2/30	3/30	5/50	7/50		
							3. ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมและผู้จัดกิจกรรม (บุคคลภายนอกและนักศึกษา CAMT)	4	4	4.5	4.5		
						4. International Creative digital (contest)	1. สัดส่วนรางวัลที่ได้รับจากการประกวด หรือโครงการระดับนานาชาติ (ร้อยละ)	50	60	70	80	รองคณบดีฝ่ายพัฒนา นศ.	500,000

					5. กิจกรรม/event การส่งเสริม/ให้ความรู้การใช้ Creative/Digital tools (Boardgame , 3D Printing ,VR / Hololens ,Live Studio , Rokoko)	1.จำนวนนักศึกษาและบุคลากรที่ใช้งาน Digital Tools	200	300	400	500	ผู้ปฏิบัติหน้าที่ช่วยคณบดี	200,000
					6. การจัดซื้อหรือสร้างเทคโนโลยีใหม่ เช่น Virtual Wall ,Mata Ed ,New Tech อื่น ๆ	2. ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำกิจกรรมของ Digital tools hub	4	4	4.5	4.5		
					– Virtual Wall – Mata Ed – New Tech อื่น ๆ	3. จำนวนโครงการและ/หรือนวัตกรรมที่นำ Digital tools ไปต่อยอด	1	2	3	4	รองคณบดีฝ่ายพัฒนา นศ.	200,000 2,000,000 500,000
					7. Experience lab (Nap Lab / และแลปอื่นๆ)	1. จำนวนนักศึกษาของ camt ที่เข้าร่วม (ร่วมกิจกรรมและ/หรือเป็นผู้จัดกิจกรรม)	20	30	40	50	รองคณบดีฝ่ายพัฒนา นศ. / หัวหน้าสำนักฯ	500,000
						2. ความพึงพอใจของนักศึกษาของ camt ที่เข้าร่วม (ร่วมกิจกรรมและ/หรือเป็นผู้จัดกิจกรรม)	4	4	4.5	4.5		
						3. สัดส่วนของนักศึกษาที่มีโอกาสได้ทำงานต่อ (ร้อยละ)	50	60	70	80		
					8. Alpha Academy	1. จำนวนผู้เรียนใน Micro Module ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นและสอดคล้องกับ Creative Digital	3	3	3	3	รองฯ DITC	1,500,000
						2. ความพึงพอใจของผู้เรียนใน Micro Module ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นและสอดคล้องกับ Creative Digital	4	4	4.5	4.5		
						3. ความพึงพอใจของ partner	4	4	4.5	4.5		
					9. Digital Art (Nuke unreal)/Webtoon/ สอวช.	1. สัดส่วนของผลสัมฤทธิ์โครงการ (เช่น สัดส่วนการได้งานทำ/การขายได้ในเชิงพาณิชย์)	20	30	40	50	ผู้ปฏิบัติหน้าที่ช่วยคณบดี	350,000
						2. ความพึงพอใจของผู้เรียน	4	4	4.5	4.5		
						3. ความพึงพอใจของ partner	4	4	4.5	4.5		
					10. ศูนย์ KIND	1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ	4	4	4.5	4.5	รองฯ DITC	600,000
						2. จำนวนของผู้เรียนใน Micro Module และ/หรือเข้ามาเป็นนักศึกษาของ CAMT (ระดับบัณฑิต)	2	2	3	3		
					11. Popular Speaker ด้าน Creative digital	1. จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วม	400	400	400	400	รองคณบดีฝ่ายวิชาการ	100,000
						2. ความพึงพอใจของนักศึกษา	4	4	4.5	4.5		

						12. ฐานข้อมูลรวบรวมกิจกรรม/ชั่วโมงร่วม/รายชื่อ นศ./ระยะเวลาอบรม สัมมนา Outside Prof. Speaker	1. จำนวน Micro Module ที่เกิดการ mapping กลับเข้ามาในหลักสูตร หรือ จำนวนกระบวนวิชาที่เกิดการ mapping	10	12	14	16	รองคณบดีฝ่ายวิชาการ	200,000
						13. การ mapping กับกระบวนวิชาของหลั	2. จำนวนนักศึกษาที่รับบริการระบบ Credit System	300	360	420	480		
							3. ความพึงพอใจของนักศึกษา	4	4	4.5	4.5		
							4. ความพึงพอใจของ partner(ศูนย์ WIL/ผู้ประกอบการที่รับนักศึกษา)	4	4	4.5	4.5		
S02: Creative digital Innovation (research and community services)	KR1: Socio Economic Impact ที่เกิดจากการดำเนินโครงการของอาจารย์ (ล้านบาท)	35	70	100	150	1. กลุ่มวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรม (ที่สร้าง Social impact) โครงการละ 50,000 บาท	KR 1 Social Impact (ล้านบาท) (Social Impact Economic ,Social Impact Social ,Social Impact Environmental)	35	70	100	150	ผช.คณบดีฝ่ายนวัตกรรม	300,000
						2. กลุ่มวิจัยด้านสิ่งแวดล้อม						ผอ.DITC	200,000
	KR2: Socio Economic Impact ที่เกิดจากโครงการที่นักศึกษามีส่วนร่วม (ล้านบาท)	15	30	50	80	3. Playground นักศึกษาต่อยอดงานวิจัยในproject ของอาจารย์ จำนวน 5 โครงการ โครงการละ 40,000 บาท (ภายในประเทศ)	KR 2.1 จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ (คน)	20	40	60	80	ผช.คณบดีฝ่ายนวัตกรรม	200,000
						4. Playground นักศึกษาต่อยอดงานวิจัยในproject ของอาจารย์ จำนวน 5 โครงการ โครงการละ 40,000 บาท (ต่างประเทศ)	KR 2.2 Social Impact (ล้านบาท)	15	30	50	80	ผช.คณบดีฝ่ายวิจัย	300,000
						5. ผลงานเชิง Creative economy	KR 3.1 จำนวนผู้เข้าร่วมหรือเข้าชม (คน)	NA	100	200	300	รองคณบดีฝ่ายวิจัย	500,000
S03: Smart organization (workforce, working, workplace)	KR1 คะแนนความพึงพอใจของบุคลากรต่อการพัฒนาตนเอง	3.5	4	4	4	1. จัดทำแผนพัฒนาบุคลากร ประปี 2567-2570	KR1.1 : ร้อยละความสำเร็จของการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากร	100%	-	-	-	รองคณบดีฝ่ายบริหาร	500,000
	KR2 ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานยุทธศาสตร์	20%	30%	50%	80%	2. ส่งเสริมพัฒนาบุคลากรตามแผนที่กำหนด	KR1.2: ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการพัฒนา	25%	50%	75%	90%		
	KR3 คะแนนความพึงพอใจของบุคลากรต่อระบบสนับสนุนการทำงาน	3.5	4	4	4	3. พัฒนา/ปรับปรุงระบบสนับสนุนการดำเนินงาน (IT System)	KR 2.1 จำนวนของกระบวนการ/ระบบที่สร้างใหม่หรือปรับปรุงที่ช่วยสนับสนุนการทำงานด้านยุทธศาสตร์ (ทั้งระบบ IT และ Lean)	10	15	20	25	รองคณบดีฝ่ายบริหาร	445,000
	KR4 คะแนนความพึงพอใจของผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอก	3.5	4	4	4	4. Lean & KM Culture	KR 2.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานกระบวนการ/ระบบที่สร้างหรือปรับปรุง (นับทั้งระบบ IT และ Lean)	3.5	4	4	4	รองคณบดีฝ่ายบริหาร	693,000

	KR5 คะแนนความพึงพอใจของบุคลากร นักศึกษา และบุคคลภายนอกต่อสถานที่และสภาพแวดล้อม	N/A	3.5	4	4	5. Master Plan	KR3.1: จำนวนกิจกรรม/ event ที่นักศึกษาและบุคคลภายนอกเข้ามาใช้และมีส่วนร่วมในสถานที่และสภาพแวดล้อมที่สร้างขึ้น	N/A	5	10	20	รองคณบดีฝ่ายบริหาร	500,000
						6. สนับสนุนอุปกรณ์พื้นฐานในการสนับสนุน Creative Digital เช่น คอมพิวเตอร์ ไมค์ หูฟัง Software	KR3.2: ความพึงพอใจของบุคลากร นักศึกษาและบุคคลภายนอกที่เข้ามาใช้บริการของ CAMT	N/A	3.5	4	4		