



คู่มือการจัดการองค์ความรู้
(Knowledge Management
Manual)

หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
แก้ไขครั้งที่ : 01
วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
หน้าที่ 1 จาก 11

คู่มือการจัดการองค์ความรู้


Knowledge Management Manual

(KIM-QM-01)

จัดทำโดย	ทบทวนโดย	อนุมัติโดย
คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ	ประธานคณะกรรมการบริหาร หลักสูตรฯ	อาจารย์ ดร.อัจฉรา คำอักษร
Date : 01/06/2564	Date : 01/06/2564	Date : 12/07/2564

บันทึกการแก้ไข

แก้ไขครั้งที่	หน้าที่	DAR. No.	รายละเอียดการแก้ไข	วันที่เริ่มใช้
---------------	---------	----------	--------------------	----------------


 College of Arts, Media and Technology Chiang Mai University	คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 2 จาก 11

00	-	-	เป็นการจัดทำเอกสารใหม่เริ่มใช้ครั้งแรก	28 กุมภาพันธ์ 2563
01	3	1/64	แก้ไขเปลี่ยนแปลงปรัชญาของหลักสูตร	12 กรกฎาคม 2564
	6		แก้ไขเปลี่ยนแปลงตัวแทนฝ่ายบริหาร	
	7-12		แก้ไขเปลี่ยนแปลงบริบทองค์กรและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	

1. ปรัชญาของหลักสูตร

ระดับปริญญาโท

การจัดการความรู้และนวัตกรรม เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการความรู้โดยกระบวนการสร้างสรรค์และพัฒนาองค์ความรู้ วิเคราะห์ จัดเก็บ แลกเปลี่ยน และถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อนำไปพัฒนางานและองค์กร ให้พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร โดยมีกระบวนการตามกรอบมาตรฐานสากล ISO 30401 ด้านระบบการจัดการความรู้ นอกจากนี้ ในด้านนวัตกรรมมุ่งเน้นศาสตร์ในการสร้างและการจัดการ

	คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 3 จาก 11

นวัตกรรม โดยการฝึกฝนทักษะและความคิดเพื่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร รวมถึงความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในภาคธุรกิจ เพื่อตอบสนองโจทย์ภาคอุตสาหกรรม และนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการหรือผู้นำองค์กร เพื่อความได้เปรียบแข่งขันในตลาดการค้าด้วยกลยุทธ์นวัตกรรมทางเทคโนโลยี

ระดับปริญญาเอก

เป็นหลักสูตรที่มีการสอนการวิจัยด้านทฤษฎีศาสตร์การจัดการความรู้บูรณาการกับศาสตร์อื่น (Multidisciplinary) เพื่อสร้างสรรค์องค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ สร้างทุนมนุษย์และทุนทางปัญญา ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างชุมชนบัณฑิตให้มีความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถในการทำวิจัยระดับสูงด้วยการเชื่อมโยงเครือข่ายวิชาการและอุตสาหกรรม นักศึกษาสามารถนำองค์ความรู้ด้านการจัดการความรู้และการจัดการนวัตกรรมประยุกต์ใช้กับโจทย์จริงจากภาคอุตสาหกรรมหรืออธิบายปรากฏการณ์สำคัญ โดยนักศึกษาสร้างแนวทางแก้ไขปัญหารวมถึงพัฒนานวัตกรรม (สินค้า/บริการ/กระบวนการทำงาน) ลงมือปฏิบัติเพื่อค้นหาคำตอบของงานวิจัยด้วยตนเอง เกิดการค้นพบองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผนวกกัน มีผลต่อการพัฒนาองค์กรและยกระดับอุตสาหกรรม สร้างขีดความสามารถของทุนมนุษย์และทุนทางปัญญา พร้อมขับเคลื่อนสู่ประเทศไทย 4.0 รวมถึงสร้างความเข้มแข็งงานวิจัยสู่ระดับมาตรฐานสากล

โดยหลักสูตรฯ ตั้งอยู่ที่วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200


2. ขอบเขตของการดำเนินการและการขอรับการรับรองในระบบการจัดการองค์ความรู้

การขอรับรองจะครอบคลุมตามพันธกิจหลัก คือ การเรียนการสอน การวิจัย และการบริการวิชาการ ของ “หลักสูตรการจัดการความรู้และนวัตกรรม (ระดับบัณฑิตศึกษา)” วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยที่หลักสูตรฯ ดำเนินการครบทุกข้อกำหนดของระบบการจัดการองค์ความรู้

3. การควบคุมคู่มือการจัดการองค์ความรู้

ในเอกสารคู่มือการจัดการองค์ความรู้ ทุกหน้า จะประกอบด้วย

- สัญลักษณ์ขององค์กร
- ชื่อเอกสาร
- ชื่อเรื่อง
- หมายเลขเอกสาร
- ครั้งที่แก้ไข (Rev.)
- เลขหน้าเอกสาร
- วันที่มีผลบังคับใช้

	คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 4 จาก 11

ส่วนที่เป็นหน้าปกคู่มือการจัดการองค์ความรู้ของหลักสูตรการจัดการความรู้และนวัตกรรม วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จะประกอบไปด้วยการกำหนดผู้จัดทำ ผู้ทบทวน และผู้อนุมัติรวมถึงจำนวนครั้งที่มีการแก้ไขล่าสุดและวันที่มีผลบังคับใช้

คู่มือการจัดการองค์ความรู้จะต้องได้รับการอนุมัติจาก MR โดยผู้แทนฝ่ายการบริหาร (MR) มีหน้าที่ในการควบคุมคู่มือการจัดการองค์ความรู้ต้นฉบับ รวมถึงการแจกจ่ายคู่มือการจัดการองค์ความรู้ไปยังฝ่ายบริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องในลักษณะของเอกสารในระบบ รายละเอียดของวิธีการกำหนดหมายเลขเอกสาร และวิธีการกำหนดครั้งที่แก้ไข (REV.) การควบคุมเอกสารต้นฉบับการควบคุมการแจกจ่ายและการเปลี่ยนแปลงแก้ไขคู่มือการจัดการองค์ความรู้จะมีกระบวนอยู่ในระเบียบปฏิบัติงานการควบคุมเอกสาร

4. บริบทองค์กรและนโยบายการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management policy)

บริบทองค์กรได้คำนึงถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยการประยุกต์แบบ SWOT ในแผนธุรกิจ (ในส่วนท้ายคู่มือการจัดการองค์ความรู้) ซึ่งนำมาสู่การกำหนดวิสัยทัศน์ที่ว่า **“เราจะเป็นผู้นำทางด้านการจัดการองค์ความรู้ของประเทศ”**


คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ได้ดำเนินการจัดตั้งนโยบายการจัดการองค์ความรู้ ให้เหมาะสมกับเป้าหมายของหลักสูตรฯ รวมถึงความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการปรับปรุงคุณภาพของการจัดการองค์ความรู้ และการให้บริการอยู่เสมอ โดยที่นโยบายการจัดการองค์ความรู้ จะเป็นกรอบในการจัดตั้งวัตถุประสงค์ของหลักสูตรฯ ได้มีการสื่อสารนโยบายการจัดการองค์ความรู้ พร้อมทั้งประกาศตามจุดต่างๆ ของหลักสูตรฯ เพื่อให้บุคลากรทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการองค์ความรู้ มีความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามที่หลักสูตรฯ กำหนดไว้

เพื่อให้มั่นใจว่านโยบายการจัดการองค์ความรู้ของหลักสูตรฯ มีความเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ได้กำหนดให้มีการทบทวนนโยบายการจัดการองค์ความรู้ ซึ่งนโยบายการจัดการองค์ความรู้อาจจะได้รับการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมตามจุดมุ่งหมายและนโยบายของคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ หลังจากการทบทวนของคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ในแต่ละครั้ง

นโยบายการจัดการองค์ความรู้ ของหลักสูตรฯ ได้รับการจัดทำเป็นเอกสารและได้รับการควบคุม เพื่อให้มั่นใจว่านโยบายการจัดการองค์ความรู้ที่ประกาศใช้เป็นฉบับล่าสุดและทันสมัยอยู่เสมอ โดยจะมีการควบคุมการแจกจ่ายนโยบายการจัดการองค์ความรู้ ในหลักสูตรฯ

นโยบายการจัดการองค์ความรู้

หลักสูตรการจัดการความรู้และนวัตกรรม วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ตระหนักถึงคุณค่าสูงสุดแห่งการสร้างคุณภาพการจัดการองค์ความรู้ ความพึงพอใจของลูกค้า และเพื่อให้การดำเนินการจัดการ

	คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 5 จาก 11

ความรู้ของหลักสูตรฯ เป็นไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนสอดคล้องกับปรัชญา และวัตถุประสงค์ของหลักสูตรฯ จึงกำหนดนโยบายการจัดการความรู้ของหลักสูตรฯ ดังนี้

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้หลักสูตรฯ มีการดำเนินงานด้านระบบการจัดการความรู้ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของบุคลากร เพื่อพัฒนางานให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง
2. เสริมสร้างวัฒนธรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการนำความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุงและก่อให้เกิดนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง
3. พัฒนาระบบบริหารจัดการความรู้โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้บุคลากรของหลักสูตรฯ เข้าถึงองค์ความรู้ได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว


เพื่อให้บรรลุนโยบายดังกล่าวข้างต้น หลักสูตรฯ จึงดำเนินการจัดทำระบบการจัดการองค์ความรู้ ตามข้อกำหนดใน ISO 30401:2018 ขึ้นในหลักสูตรฯ โดยมุ่งมั่นดำเนินการ ดังนี้

1. มีคุณธรรมและจริยธรรม ในการนำองค์ความรู้ด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย 4.0 ในระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเสริมสร้างสังคมฐานความรู้
2. มีความรู้ความสามารถศึกษาวิจัย ค้นคว้า และเรียนรู้ตลอดชีวิต มีทักษะในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้เพื่อใช้ในการบริหารจัดการ เพิ่มผลผลิต และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของหลักสูตรฯ
3. สามารถในเลือกใช้ข้อมูลในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง รวมถึงสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลที่หลากหลายรูปแบบมาเป็นสารสนเทศที่มีคุณค่าทางธุรกิจและนำไปประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนหลักสูตรฯ
4. มีความเป็นผู้นำ มีวิสัยทัศน์ มีจิตสำนึกสาธารณะ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ในการนำองค์ความรู้ด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรม ไปประยุกต์ใช้และเสริมสร้างสังคมฐานความรู้

ทั้งนี้ ผู้บริหารของหลักสูตรฯ ได้มีการถ่ายทอดนโยบายการจัดการองค์ความรู้ ไปยังบุคลากรทุกระดับที่เกี่ยวข้องภายในหลักสูตรฯ เพื่อให้บุคลากรทุกคน มีความเข้าใจตรงกัน และนำไปปฏิบัติ

5. ความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่ และการสื่อสาร (Responsibility, Authority and Communication)

5.1 ความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ (Responsibility and Authority)

	คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01-Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 6 จาก 11

คณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ได้มีการกำหนดโครงสร้างของระบบการบริหารงานอย่างชัดเจนตามทีระบุไว้ในผังของหลักสูตร รวมถึงการกำหนดขอบเขตของงานในรายละเอียดมีการระบุอยู่ในใบพรรณนาลักษณะงาน ความรับผิดชอบและอำนาจของแต่ละตำแหน่งงาน ตลอดจนความสัมพันธ์ได้มีการกำหนดไว้ในเอกสารต่างๆ ตามความเหมาะสมได้แก่ ผังหลักสูตร คู่มือการจัดการองค์ความรู้ ระเบียบปฏิบัติงาน วิธีกรปฏิบัติงาน และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

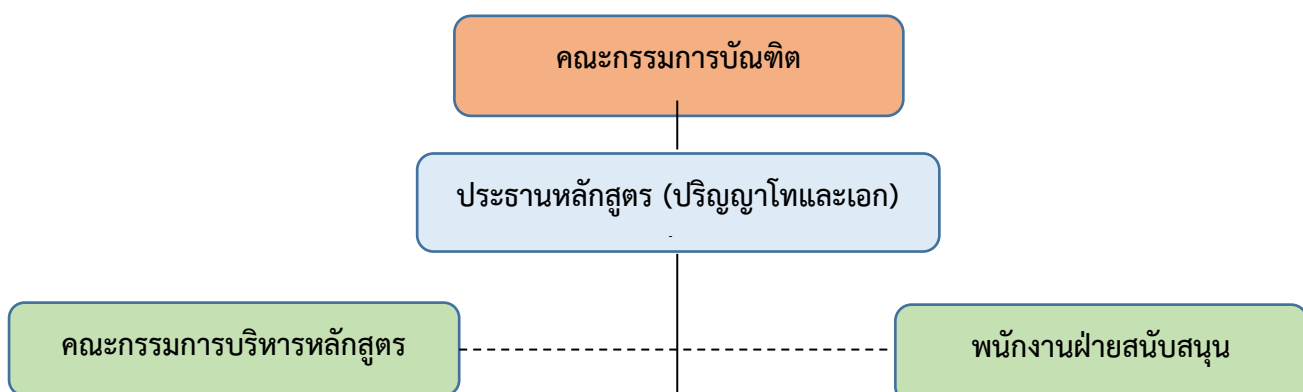
5.2 ตัวแทนฝ่ายบริหาร (Management Representative)


ผศ.ดร.วรวิษญ์ จันทร์ฉาย คณบดี และประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ได้พิจารณาและแต่งตั้งให้อาจารย์ ดร.อัจฉรา คำอักษร ปฏิบัติหน้าที่ช่วยคณบดีด้านการบริหารระบบการจัดการความรู้ ตามกรอบ ISO 30401:2018 โดยทำหน้าที่เป็นตัวแทนฝ่ายบริหาร (Management Representative: MR) ถ้าในกรณีที่ตัวแทนฝ่ายบริหาร (Management Representative: MR) ติดภารกิจไม่สามารถปฏิบัติงานได้ในแต่ละช่วงเวลา เลขานุการคณะกรรมการบริหารหลักสูตรฯ ทั้งในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก ต้องรักษาการแทน มีหน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้

- ทำให้มั่นใจว่าได้มีการจัดตั้งและรักษาไว้ซึ่งระบบการจัดการองค์ความรู้
- รายงานผลให้กับผู้บริหารระดับสูงรับทราบเกี่ยวกับระบบการจัดการองค์ความรู้ และโอกาสในการปรับปรุง
- การสร้างจิตสำนึกภายในหลักสูตรเกี่ยวกับข้อกำหนดของลูกค้าทั่วทั้งองค์กร
- ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายนอกในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการองค์ความรู้ เช่น หน่วยงานผู้ตรวจประเมินภายนอก (Certification Body) ฯลฯ

Appendix

A. ผัง/โครงสร้างการบริหารงานหลักสูตร




 <p>College of Arts, Media and Technology Chiang Mai University</p>	<p>คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)</p>	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 7 จาก 11




B. บริบทองค์กรและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

B-1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกหลักสูตร


ปัจจัยภายนอก (External)	รายละเอียดใหม่ (ปี 2564-2565)
วิธีการได้มาซึ่งความรู้	<ul style="list-style-type: none"> - สอบถามข้อมูลจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ (ศิษย์เก่า ผู้ใช้บัณฑิต) - ศึกษาข้อมูลจากหลักสูตรอื่นของมหาวิทยาลัยของตนเองและมหาวิทยาลัยอื่น - นโยบายของมหาวิทยาลัย รัฐบาล (ภายนอก) - แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ - การเปลี่ยนแปลงของสังคม เทคโนโลยี และธุรกิจโลก <p>ต้องการทักษะ และความรู้ที่ทันสมัยจากอาจารย์แต่ละหลักสูตร และ brainpower ที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันมาและนำมาสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> - สอบถามข้อมูล นักศึกษาปัจจุบัน เพื่อสะท้อนกระบวนการทำงานของหลักสูตร - ตำแหน่งงานที่สอดคล้องกับบัณฑิตที่จบจากหลักสูตรการจัดการความรู้และนวัตกรรมทั้งในประเทศ และต่างประเทศ(ประเทศจีน)
ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	<ul style="list-style-type: none"> - มีจำนวนนักศึกษาไทยเพิ่มขึ้น - มีจำนวนนักศึกษาต่างชาติเพิ่มขึ้น - ความพึงพอใจจากผู้ใช้บัณฑิต - นักศึกษาจบปริญญาโทไปแล้ว กลับมาศึกษาต่อปริญญาเอกกับหลักสูตร - เกิดช่องทางใหม่ของการได้มาซึ่งรายได้และผู้เรียนเพิ่มขึ้น - ความพึงพอใจของนักศึกษาปัจจุบันต่อการบริหารจัดการของหลักสูตรฯ
โครงสร้างองค์กร/ ด้านการบริหารหลักสูตร	<ul style="list-style-type: none"> - การทำงานยังไม่เป็นทีมเท่าที่ควร การมีส่วนร่วมน้อย (ควรปรับให้มีการเป็นทีม ไม่ยึดติดกับโครงสร้างการบริหาร ทุกคนสามารถช่วยกันได้หมด)

 <p>College of Arts, Media and Technology Chiang Mai University</p>	<p>คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)</p>	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 8 จาก 11

	- อาจารย์ประจำหลักสูตรส่วนใหญ่เป็นผู้บริหาร และมีพันธกิจด้านอื่นมาก ส่งผลให้การบริหารจัดการหลักสูตรขาดประสิทธิภาพ
ความสามารถพนักงาน/ อาจารย์	- จำนวนอาจารย์ทางด้านนวัตกรรมยังมีน้อย (เนื่องจากเราเป็นหลักสูตรที่สอนเรื่องการจัดการนวัตกรรม) - เพิ่มประสบการณ์ในการเป็นที่ปรึกษาให้กับตลาด
ปัจจัยภายนอก(External)	รายละเอียดใหม่ (ปี 2564-2565)
ความสามารถพนักงาน/ อาจารย์ (ต่อ)	- มาตรฐาน และคุณภาพการดูแลควบคุมวิทยานิพนธ์ ของคณาจารย์มีความแตกต่างกัน
ขั้นตอนในการจัดการ	- หอองค์ความรู้ที่มีคุณค่า - จับความรู้ Knowledge Capture - การนำความรู้มาใช้/แลกเปลี่ยน - การประเมินผล - การพัฒนาปรับปรุงองค์ความรู้ - การทำเอกสารมีการทำตามมาตรฐาน ISO 30401
ด้านตัวองค์ความรู้	- ขาดการวิเคราะห์ห้ององค์ความรู้ที่จำเป็นของ demand จริงในตลาด/กลุ่มเป้าหมาย - หลักสูตรเป็นหลักสูตรที่ให้กระบวนการ กิจกรรม เครื่องมือการจัดการความรู้ และนวัตกรรม ดังนั้น องค์ความรู้คือกระบวนการจัดการและเครื่องมือที่หลากหลายสำหรับองค์ความรู้และ นวัตกรรม - ขาดระบบฐานสมรรถนะ (competency based system) ของคณาจารย์ทั้งภายใน และภายนอก (ด้านงานวิชาการ และงานวิจัย)
ด้านการตลาดและการขาย	- ควรมีการเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์/ จัดทำกลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจและชัดเจน - ทีมการตลาดเฉพาะหลักสูตรการจัดการความรู้ และนวัตกรรม - Headhunter agency - Viral marketing ของศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบัน - ปรับปรุงเว็บประชาสัมพันธ์หลักสูตรฯ ให้อยู่ในระดับ professional (ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และมีข้อมูลครบถ้วน)
ด้านการเงิน	- การหารายได้ยังขึ้นอยู่กับค่าธรรมเนียมนักศึกษาเพียงอย่างเดียว (ควรเพิ่มช่องทางการหารายได้นอกเหนือจากค่าธรรมเนียมการศึกษาปกติ)

 <p>College of Arts, Media and Technology Chiang Mai University</p>	คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 9 จาก 11


ปัจจัยภายใน (Internal)	รายละเอียดใหม่ (ปี 2564-2565)
ด้านวิจัยและพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> - ทิศทางการทำวิจัยของหลักสูตรยังคงค่อนข้างกระจ่างและขาดการวิเคราะห์ร่วมกัน (ควรพิจารณาวางทิศทางด้านการวิจัยเพื่อย้อนกลับมาเป็นประโยชน์ในการสอนนักศึกษา โดยเน้นให้ตอบโจทย์ความต้องการตลาด) - เพิ่มจำนวนผลงานตีพิมพ์ในวารสารที่มีดัชนีชี้วัดคุณภาพในควอลิตี้ที่สูงขึ้น - เพิ่มจำนวนหัวข้อวิทยานิพนธ์ / การค้นคว้าอิสระ ของนักศึกษาที่สอดคล้องกับ TRL
อุปสรรคจากคู่แข่ง	<ul style="list-style-type: none"> - หลักสูตร free online course จากมหาวิทยาลัยชั้นนำจากต่างประเทศ - หลักสูตรปริญญาโท ออนไลน์
อำนาจต่อรองของผู้รับบริการ/ผู้เรียน	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เรียนมีทางเลือกค่อนข้างมาก เนื่องจากมหาวิทยาลัยอื่นๆ และหลักสูตรอื่น ก็ต้องการนักศึกษาเช่นกัน - ผู้เรียนไม่สามารถเชื่อมโยงรายวิชาในหลักสูตรกับวิชาชีพหลังจบการศึกษา
อำนาจต่อรองผู้ส่งมอบองค์ความรู้	<ul style="list-style-type: none"> - หนังสือ ตำรา หรือ วารสารงานวิจัยที่จะนำมาเป็นองค์ความรู้ในการสอนสามารถหาได้ตามปกติ ถือว่ามีอิสระในการค้นคว้าได้หลากหลายแหล่งมาก แต่อาจมีประเด็นเรื่องของคุณภาพเชิง practical ที่เป็นประสบการณ์จริงซึ่งการได้มาขององค์ความรู้ขึ้นอยู่กับการทำงานในเชิงการเป็นที่ปรึกษาหรือเชิงโครงการที่เข้าไปทำ
ความรุนแรงในการแข่งขัน	<ul style="list-style-type: none"> - การแข่งขันกับหลักสูตรที่เหมือนกันตรงๆ อาจไม่สูงมากเนื่องจากไม่ค่อยมี แต่หากเป็นหลักสูตรใกล้เคียงหรือหลักสูตรที่ใช้คำที่กว้างกว่าเช่น บริหาร หรือ การจัดการ มีคู่แข่งจำนวนมาก
ด้านความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> - เทคโนโลยีมีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงเร็วมาก หลักสูตรต้องวิเคราะห์ว่าเทคโนโลยีใดที่สามารถจะมาเสริมความแข็งแกร่งด้านวิชาการของหลักสูตรได้ ควรเลือกมาใช้ให้เหมาะสม - ผสานเทคโนโลยีกับงานวิจัยนักศึกษาให้มากขึ้น
ด้านสังคม	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องติดตามดูการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจากวิกฤต COVID-19 ว่าสังคมต้องการเรียนรู้หรือนวัตกรรมในบริบทแบบใดและต้องปรับทิศทางของหลักสูตรเพื่อตอบโจทย์ตามนั้น
ปัจจัยภายใน (Internal)	รายละเอียดใหม่ (ปี 2564-2565)
ด้านกฎหมายและระเบียบจากภาครัฐ	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อกำหนดของรัฐวิสาหกิจในเรื่องของการจัดการความรู้
ด้านเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - วิกฤตเศรษฐกิจจาก COVID-19 ทำให้องค์กรจำนวนมากต้องพลิก/เปลี่ยนแปลง

 <p>College of Arts, Media and Technology Chiang Mai University</p>	<p>คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)</p>	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 10 จาก 11

	ด้วยนวัตกรรมที่มีฐานจากองค์ความรู้ ทำอย่างไรจะทำให้หลักสูตรตอบโจทย์ความต้องการเหล่านี้
ด้านสภาพแวดล้อม	- สภาพแวดล้อมอาจเป็นเรื่องรอง เนื่องจากการเข้ามาเรียนจะเป็นรูปแบบผสมผสาน (Hybrid) ควรเปลี่ยนแปลง ecosystem ในการเรียนรู้ของหลักสูตรให้เป็นแหล่งสำหรับการทดลอง (Experiment) โดยใช้องค์ความรู้เป็นฐาน เพื่อให้เกิดความกล้าในการสร้างนวัตกรรม

B-2 การวิเคราะห์ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders analysis)

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก (External)	ความคาดหวังใหม่ (ปี 2564-2565) (Expectation)
ผู้รับบริการ (รัฐ, รัฐวิสาหกิจ)	- ได้คะแนนด้านการจัดการความรู้ระดับสูง
ผู้รับบริการ (เอกชน)	- หลักสูตรระยะสั้นที่นำไปปฏิบัติได้เลย - อบรมความรู้ และทักษะเฉพาะด้านสำหรับสายปฏิบัติการ
ลูกค้าที่ยังไม่ได้เป็นนักศึกษา (ทั้งไทยและต่างชาติ)	- หลักสูตรระยะสั้นที่นำไปปฏิบัติได้เลย - การสื่อสารที่ชัดเจน และองค์ความรู้ที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานหลังจากจบการศึกษา

	คู่มือการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management Manual)	หมายเลขเอกสาร : KIM-QM-01- Rev
		แก้ไขครั้งที่ : 01
		วันที่บังคับใช้ : 12/07/2564
		หน้าที่ 11 จาก 11

ชุมชน/ วิชากิจชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - หลักสูตรระยะสั้นที่นำไปปฏิบัติได้เลย - งานวิจัยที่พัฒนาองค์ความรู้แก่คนในชุมชน อย่างเป็นรูปธรรม
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน (Internal)	ความคาดหวังใหม่ (ปี 2564-2565) (Expectation)
อาจารย์	- อนาคตในการจัดการเรียนการสอนที่ทำทนายและมีความก้าวหน้า
เจ้าหน้าที่สนับสนุนการศึกษา	- การบริหารจัดการที่เป็นทีมคอยช่วยเหลือสนับสนุนกันทั้งอาจารย์และเจ้าหน้าที่
นักศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - ประโยชน์ - ความรู้ที่นำไปใช้ได้จริง โดยเฉพาะการสร้างนวัตกรรม/แก้ปัญหา
คณะและมหาวิทยาลัย	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนนักศึกษาไทยทั้งระดับปริญญาโทและปริญญาเอก (จากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และรัฐวิสาหกิจ) เพิ่มขึ้น - คุณภาพของการเรียนการสอนที่ส่งผลให้ผู้เรียนได้ความรู้ และประสบการณ์จริง - ช่องทางการได้มาซึ่งรายได้ใหม่ๆ เพื่อให้เกิดกลุ่มผู้เรียนใหม่ และการดำเนินหลักสูตรต่อได้อย่างยั่งยืน - ทุนการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา
หน่วยงานอื่นภายในมหาวิทยาลัย	<ul style="list-style-type: none"> - ความร่วมมือในการสร้างหลักสูตรแบบ multi-disciplinary - การร่วมกันทำวิจัย/บริการวิชาการข้ามสาย