



แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2558

กองประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่างประเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

กระทรวงศึกษาธิการ

กองประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่างประเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการบริหารกองประชาสัมพันธ์ อนุมัติในการประชุมในการประชุมครั้งที่ 2/2558

วันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558

คำนำ

แผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ.2558 กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับนี้จัดทำขึ้นภายใต้นโยบาย ของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์การพัฒนาหน่วยงาน กรอบตัวชี้วัดความสำเร็จ เป้าหมาย กิจกรรม/โครงการดำเนินการ น้ำหนัก และเกณฑ์การให้คะแนน โดยมีการปรับเปลี่ยนแผนยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคามและได้รับความเห็นชอบ จากคณะกรรมการบริหาร กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ เรียบร้อยแล้ว

กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มีความคาดหวังให้แผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2558 ฉบับนี้ จะเป็นเครื่องมือสำหรับการบูรณาการ แปลงแผนสู่การปฏิบัติที่ชัดเจนและผลักดันให้การดำเนินการในภารกิจต่างๆ ของหน่วยงานภายใน กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศเกิดผลสัมฤทธิ์บรรลุเป้าประสงค์ และวิสัยทัศน์ของกองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ สามารถตอบสนองเป้าหมายและแสดงผลสัมฤทธิ์ตามยุทธศาสตร์ต่างๆ ได้อย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

นางณัฐยา จอมพุทรา

ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ

บทนำ

บทนำ

สถานการณ์และสภาพปัจจุบันของกองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ สำนักอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ประวัติความเป็นมา

กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จัดตั้งขึ้นด้วยการปรับปรุงโครงสร้างการจัดแบ่งหน่วยงาน ภายในสำนักงานอธิการบดี โดยได้รับอนุมัติจากสภามหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2552 มีภารกิจเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และสร้างภาพลักษณ์อันดีของมหาวิทยาลัย สนับสนุนการผลิตสื่อเพื่อการจัดการเรียนการสอนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ และสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรอย่างกว้างขวางให้เป็นที่รู้จัก โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 3 กลุ่มงาน และ 1 งาน ดังนี้

1. กลุ่มงานประชาสัมพันธ์และมวลชนสัมพันธ์
2. กลุ่มงานสถานีวิทยุและโทรทัศน์
3. กลุ่มงานกิจการต่างประเทศ
4. งานบริหารทั่วไป

ปรัชญา อนาคต จ มมนตา (อนาคตา จะ กัมมัตตา) “ทำการงานไม่ให้ค้างค้ำ”

พันธกิจ

1. ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยทั้งในและต่างประเทศผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบที่ทันสมัย เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของสถาบัน
2. สร้างเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่า สื่อมวลชน ตลอดจนสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคม
3. ส่งเสริมกิจกรรมความร่วมมือทางวิชาการที่เข้มแข็งกับต่างประเทศ
4. ประมวลข่าวสารที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ นำเสนอวิธีการต่อผู้บริหารเพื่อวางแผนประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อสถานการณ์

ยุทธศาสตร์

1. การส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้ได้รับการยอมรับและพัฒนาเป็นมหาวิทยาลัยในระดับสากล
2. พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ โดยจัดสรรทรัพยากรและเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ
3. การพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ และยกระดับการบริหารจัดการมหาวิทยาลัย

วิสัยทัศน์

สร้างภาพลักษณ์ ผลิตสื่อ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเชิงรุกสู่สากล

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strength)

1. บุคลากรมีขวัญและกำลังใจ และสามารถทำงานเป็นทีมได้
อย่างมีประสิทธิภาพ
2. บุคลากรมีทัศนคติในการทำงานที่ดี และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง
3. มีการผลิตสื่อและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ครอบคลุมกับ สถานการณ์ในปัจจุบัน ทันต่อเหตุการณ์
4. มีกิจกรรมที่หลากหลาย ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน

จุดอ่อน (Weakness)

1. อุปกรณ์ไม่รองรับเทคโนโลยีในปัจจุบัน
2. ทิศทางและนโยบายของมหาวิทยาลัยไม่ชัดเจน
3. ไม่สามารถประเมินผลสัมฤทธิ์การทำงานได้
4. ผู้บริหารขาดความตระหนักและความเข้าใจในกระบวนการทำงาน ทำให้การสนับสนุนด้านนโยบายและงบประมาณไม่สอดคล้องกับแผนปฏิบัติงาน

โอกาส (Opportunity)

1. บุคลากรมีโอกาสในการพัฒนาความก้าวหน้าในวิชาชีพและทักษะในการปฏิบัติงาน
2. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสามารถกระจายข้อมูลข่าวสารที่ส่งเสริมภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้ครอบคลุมและทันต่อเหตุการณ์
3. มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อเครือข่ายสื่อมวลชนทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ
4. มีกิจกรรมที่หลากหลายที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน

ภาวะคุกคาม

1. ภาวะการแข่งขันเพื่อแย่งพื้นที่ในสื่อต่างๆ มีสูง
2. ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานพิเศษนอกเหนือแผนปฏิบัติการเป็นประจำทำให้กระทบต่องานประจำ
3. กฎ ระเบียบ ข้อบังคับไม่เอื้อต่อการทำงานร่วมกับหน่วยงานในต่างประเทศ
4. วัฒนธรรมองค์กรและลักษณะงานที่แตกต่างทั้งในและนอกองค์กร

โครงสร้างการบริหาร กองประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่างประเทศ สำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองอธิการบดี

ผู้อำนวยการกอง

หัวหน้ากลุ่มงานประชาสัมพันธ์และ
มวลชนสัมพันธ์

งานข่าวและมวลชนสัมพันธ์

งานผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

งานสารสนเทศ

งานบริการศิษย์เก่า

หัวหน้ากลุ่มงานสถานีวิทยุและโทรทัศน์

งานสถานีวิทยุกระจายเสียง

งานสถานีโทรทัศน์

หัวหน้ากลุ่มงานกิจการต่างประเทศ

งานวิจัยและพัฒนา
ภาพลักษณ์สถาบัน

งานบริการนิสิตและบุคลากร
นานาชาติ

งานบริหารและ
ทุนการศึกษา

หัวหน้างานบริหารทั่วไป

งานสารบรรณ

งานบุคคล / กิจการพิเศษ

การเงินและบัญชี / พัสดุ
/ ต้นทุนการผลิต

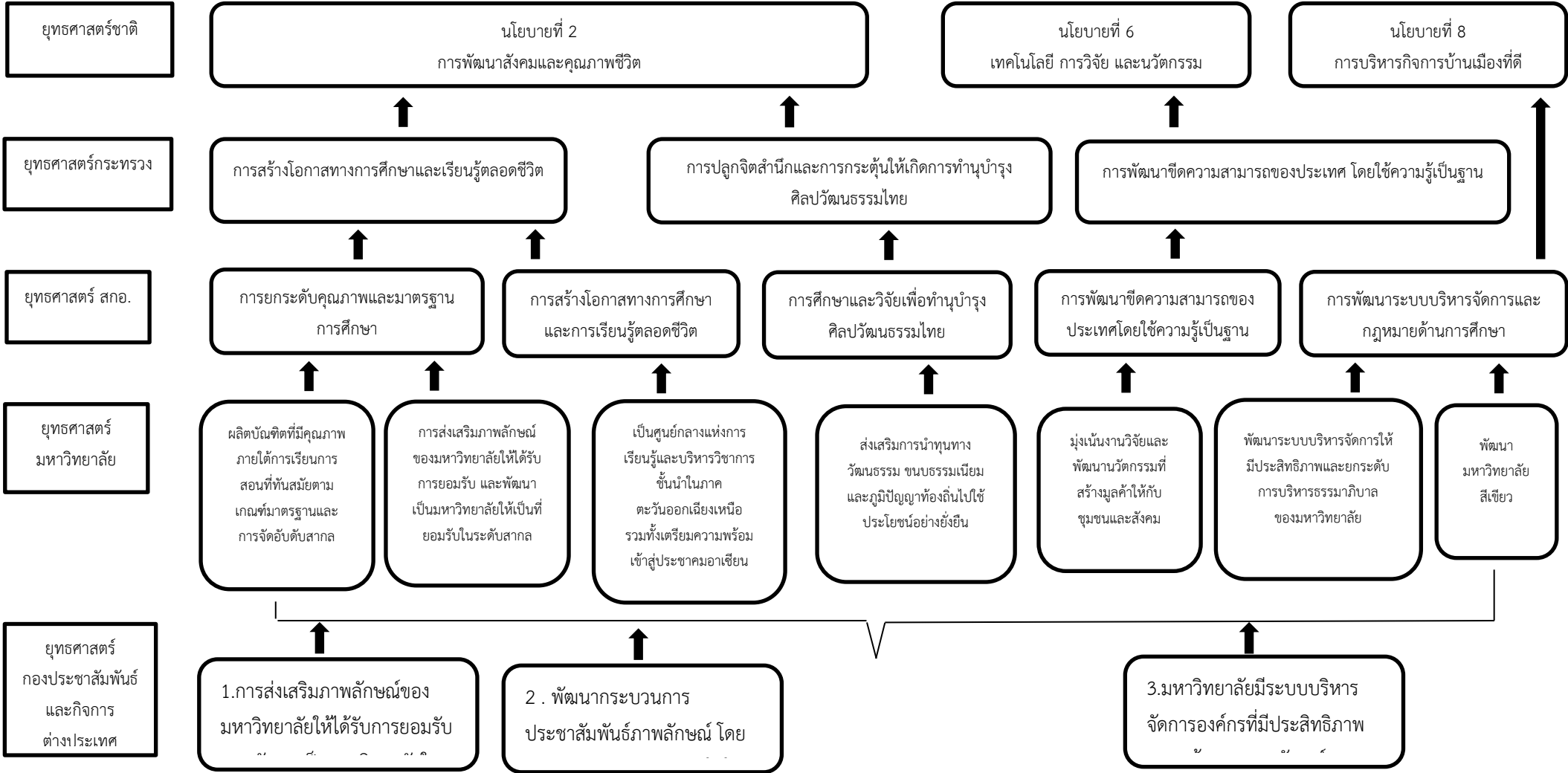
บริหารความเสี่ยง /
ประกันคุณภาพ / ก.พ.ร.

งานความร่วมมือระหว่าง
ประเทศและสารนิเทศ

แผน / งบประมาณ / KM

ยุทธศาสตร์การพัฒนา กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ

แสดงความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวงศึกษาธิการ ยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย และยุทธศาสตร์กองประชาสัมพันธ์และกิจกรรมต่างประเทศ



เป้าประสงค์

1.เป็นมหาวิทยาลัยที่
ได้รับการยอมรับในระดับ
หรือ

2.มหาวิทยาลัยมีระบบบริหารจัดการองค์กร
ที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องตามเกณฑ์

3.มหาวิทยาลัยมีระบบบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ
สอดคล้องตามเกณฑ์ ตอบสนองต่อการพัฒนา
วิทยาลัย

ยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติของประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ

ปรัชญา

ทำกิจการไม่คั่งค้าง

วิสัยทัศน์

สร้างภาพลักษณ์ ผลิตสื่อ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเชิงรุกสู่สากล

พันธกิจ

1. ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารของ
มหาวิทยาลัยทั้งในและต่างประเทศผ่าน
สื่อหลากหลายรูปแบบที่ทันสมัย เพื่อ
พัฒนาภาพลักษณ์ของสถาบัน

2. สร้างเสริม
ความสัมพันธ์อันดีระหว่าง
มหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่า
สื่อมวลชน ตลอดจน
สร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อ
สังคม

3. ส่งเสริม
กิจกรรมความ
ร่วมมือทาง
วิชาการที่เข้มแข็ง
กับต่างประเทศ

4. ประมวลข่าวสารที่มี
ผลกระทบต่อภาพลักษณ์
นำเสนอวิธีการต่อผู้บริหาร
เพื่อวางแผน
ประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อ
สถานการณ์

ยุทธศาสตร์

1.การส่งเสริมภาพลักษณ์ของ
มหาวิทยาลัยให้ได้รับการยอมรับและ
พัฒนาเป็นมหาวิทยาลัยในระดับสากล

2. พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ โดยจัดสรรทรัพยากรและ
เทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ

3.การพัฒนากระบวนการบริหาร
จัดการให้มีประสิทธิภาพ
และยกระดับการบริหาร
จัดการมหาวิทยาลัย
(1)

เป้าประสงค์

1.เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการจัดอันดับหรือการประเมินคุณภาพในระดับสากล

2.มหาวิทยาลัยมีระบบบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องตามเอกลักษณ์ ตอบสนองต่อการพัฒนามหาวิทยาลัย

3.มหาวิทยาลัยมีระบบบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องตามเอกลักษณ์ ตอบสนองต่อการพัฒนามหาวิทยาลัย

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2558

กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ

วิสัยทัศน์

สร้างภาพลักษณ์ ผลิตสื่อ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเชิงรุกสู่สากล

พันธกิจ

1. ผลิตและเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยทั้งในและต่างประเทศผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบที่ทันสมัย เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของสถาบัน
2. สร้างเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่า สื่อมวลชน ตลอดจนสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคม
3. ส่งเสริมกิจกรรมความร่วมมือทางวิชาการที่เข้มแข็งกับต่างประเทศ
4. ประมวลข่าวสารที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ นำเสนอวิธีการต่อผู้บริหารเพื่อวางแผนประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อสถานการณ์

ยุทธศาสตร์

เพื่อให้เป็นมหาวิทยาลัยตามปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ และสอดคล้องกับแผนพัฒนามหาวิทยาลัยมหาสารคามและแผนพัฒนาอุดมศึกษาแห่งชาติ จึงกำหนดประเด็น

ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้ได้รับการยอมรับและพัฒนาเป็นมหาวิทยาลัยในระดับสากล
2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ โดยจัดสรรทรัพยากรและเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ
3. ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ และยกระดับการบริหารจัดการมหาวิทยาลัย

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ให้ได้รับการยอมรับและพัฒนาเป็นมหาวิทยาลัยในระดับสากล	1. เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการจัดอันดับ หรือการประเมินคุณภาพในระดับสากล	1. ส่งเสริมการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ โดยจัดสรรทรัพยากรและเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ	2. การผลิตสื่อและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างทั่วถึง	1. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเชิงรุก 2. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ทั้งภายในและภายนอก
3. ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ และยกระดับการบริหารจัดการ มหาวิทยาลัย	3. มหาวิทยาลัยมีระบบบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องตามเอกลักษณ์ ตอบสนองต่อการพัฒนามหาวิทยาลัย	1. ส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการที่ดี