



MAHASARAKHAM
UNIVERSITY

แผนกลยุทธ์ประจำปีงบประมาณ 2564
กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



คณะกรรมการบริหารกองประชาสัมพันธ์

อนุมัติในการประชุมในการประชุมครั้งที่ 2 /2564

วันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2564

กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สารบัญ

ส่วนที่ 1 บทนำ

- หลักการและเหตุผล	1
- สภาพปัญหา สถานการณ์ปัจจุบัน	1
- แนวทางการพัฒนา	1
- จุดแข็งจุดอ่อน	2
- ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการ กพร ปี 2563	3
- ขั้นตอนและกระบวนการทบทวนแผนกลยุทธ์	4

ส่วนที่ 2 แผนกลยุทธ์คณะ/หน่วยงาน

- แผนที่กลยุทธ์ (Strategic Map)	5
- ปรัชญา	6
- วิสัยทัศน์	6
- พันธกิจ	7
- ค่านิยมองค์กร	7
- ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด กลยุทธ์	7- 9
- ผลผลิต/โครงการ/กิจกรรม ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564	10-12

ภาคผนวก

- สรุปการทบทวนแผนกลยุทธ์ฯ จากการทำ SWOT	13-16
- สรุปรายงานผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง จัดทำแผนกลยุทธ์ และปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ 2564	17-52

บทนำ

หลักการและเหตุผล

กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ พัฒนาขึ้นโดยการมีส่วนร่วมของบุคลากรในสถาบัน ซึ่งเป็นแผนที่ครอบคลุมตามภารกิจของมหาวิทยาลัย คือ การเรียนการสอน การวิจัย การบริการทางวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม และมีการวิเคราะห์ความสอดคล้องของแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งทิศทางการพัฒนามหาวิทยาลัยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ในการพัฒนามหาวิทยาลัย 5 ยุทธศาสตร์

กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มีภารกิจเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างภาพลักษณ์อันดี ของมหาวิทยาลัย สนับสนุนการผลิตสื่อเพื่อการจัดการเรียนการสอนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ และสร้างเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานในรอบปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ ได้จัดทำแผนกลยุทธ์ขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย และนโยบายของผู้บริหารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สภาพปัญหา สถานการณ์ปัจจุบัน

มหาวิทยาลัยไม่มีนโยบายหรือจำกัดการบรรจุอัตราพนักงาน

แนวทางการพัฒนา

1. มีระบบการบริหารจัดการที่มีธรรมาภิบาล มีคลังตัว และทันสมัย ตามระเบียบ กฎเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เพิ่มความมั่นคงและขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน
3. สืบค้นข้อมูลและแสวงหาช่องทางในการจัดทำข้อตกลงความร่วมมือ และ/หรือ การขอรับงบประมาณสนับสนุนในการดำเนินงาน จากหน่วยงาน/องค์กรภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อสนับสนุนการเข้าร่วมโครงการอบรมสัมมนา กิจกรรมแลกเปลี่ยนและการทำงานวิจัย

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน/ โอกาส อุปสรรค (SWOT)

จุดแข็ง (Strengths)

1. ความคิดรอบคอบ
2. มีความสามัคคีในการทำงาน
5. บุคลากรมีทักษะตรงกับงานที่ได้รับผิดชอบ
6. บุคลากรมีจิตบริการทุกงานสามารถปฏิบัติได้
7. บุคลากรมีความรู้ความสามารถด้านงานประชาสัมพันธ์
8. ความถูกต้องรวดเร็วทำงานมีประสิทธิภาพทันเวลา
9. บุคคลร่วมกันทำงานเป็นทีม

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. บุคลากรขาดกำลังใจและแรงจูงใจในการทำงาน
2. การทำงานยังไม่เป็นไปตามแผน
3. ใช้งบประมาณมากเกินไปโดยที่ไม่มองรูปแบบแผนที่มี
4. ขาดการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง
5. งานด่วนกระทบงานประจำ และการพัฒนางาน
6. ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ
8. ความสอดคล้องของการบริหารงานของผู้บริหารแต่ละระดับ
9. ขาดงบประมาณในการบริหารงาน

โอกาส (Opportunities)

1. ได้คิดงานใหม่แนวใหม่ ตอบสนองผู้รับสาร
2. มีรูปแบบสื่อที่เข้าถึงง่าย
3. มีการอบรมเพื่อพัฒนางาน
4. มีการเพิ่มเครือข่ายในการทำงานเพิ่มมากขึ้น
5. มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน
6. มีสื่อเทคโนโลยีในมือช่วยในการเข้าถึงรวดเร็ว
7. งบประมาณในการดำเนินกิจกรรมที่มากขึ้น
8. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเห็นความสำคัญของบุคลากรภายในกอง
9. การประสานงานความร่วมมือกับงานนอกทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

อุปสรรค (Threats)

1. ภาวะเสี่ยงไม่สอดคล้องกับการทำงานกับต่างประเทศ
2. การตีกรอบแนวความคิด ความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นเก่า
3. สถานการณ์โรคระบาด
4. การเปลี่ยนแปลงทีมบริหารและนโยบาย
5. ระบบอินเทอร์เน็ตที่ขัดข้อง
6. ความมั่นคงในการทำงาน
7. งบประมาณในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการประเมินคำรับรองการปฏิบัติราชการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

บทสรุป

กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มีการกำหนดตัวชี้วัดจำนวน 9 ตัวชี้วัด พบว่ามีตัวชี้วัดที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 5.000 จำนวน 6 ตัวชี้วัด (ร้อยละ 66.67) มีตัวชี้วัดที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 4.0000 จำนวน 2 ตัวชี้วัด (ร้อยละ 22.22) และมีตัวชี้วัดที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 3.00000 จำนวน 1 ตัวชี้วัด (ร้อยละ 11.11) ซึ่งโดยภาพรวมผลประเมินหน่วยงานมีค่าคะแนนเท่ากับ 4.5499

ข้อเสนอแนะ

- ควรกำหนดตัวชี้วัดหรือเกณฑ์การประเมินที่มีความท้าทายมากยิ่งขึ้น-การกำหนดผู้รับผิดชอบตัวชี้วัดควรให้เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานทุกคนมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน
- ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับตัวชี้วัดและเกณฑ์ที่กำหนดระหว่างหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบและหน่วยงานที่ต้องดำเนินการตามนโยบาย

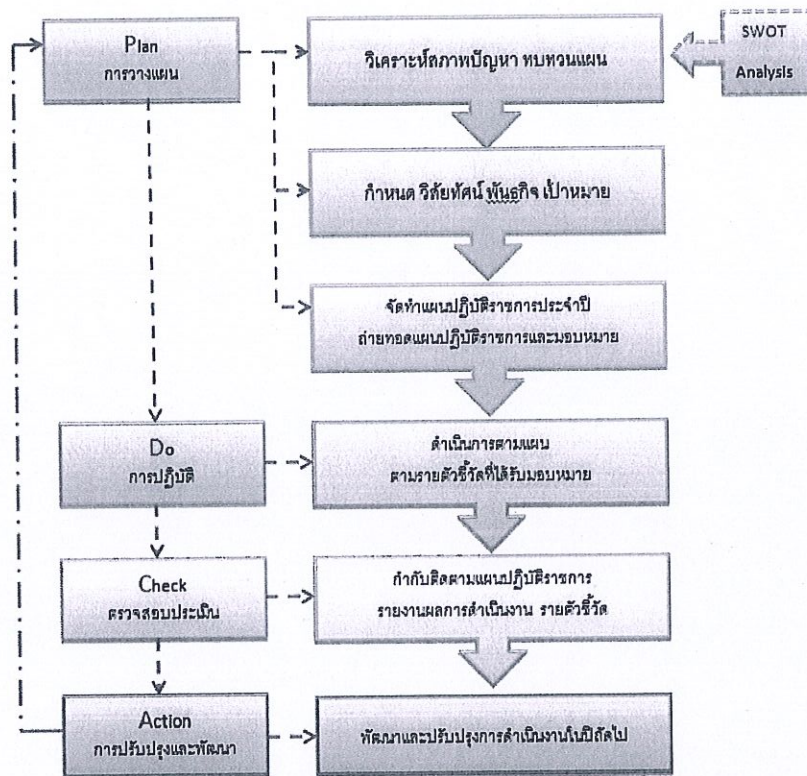
จุดแข็ง

- หน่วยงานมีการประชุมกำกับติดตามการดำเนินงานในภารกิจที่ได้รับมอบหมายจากมหาวิทยาลัย และภารกิจของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อน

-

หลักการและแนวทางการบริหารจัดการโดยใช้วงจรคุณภาพกับ
แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ 2564



หมายเหตุ |

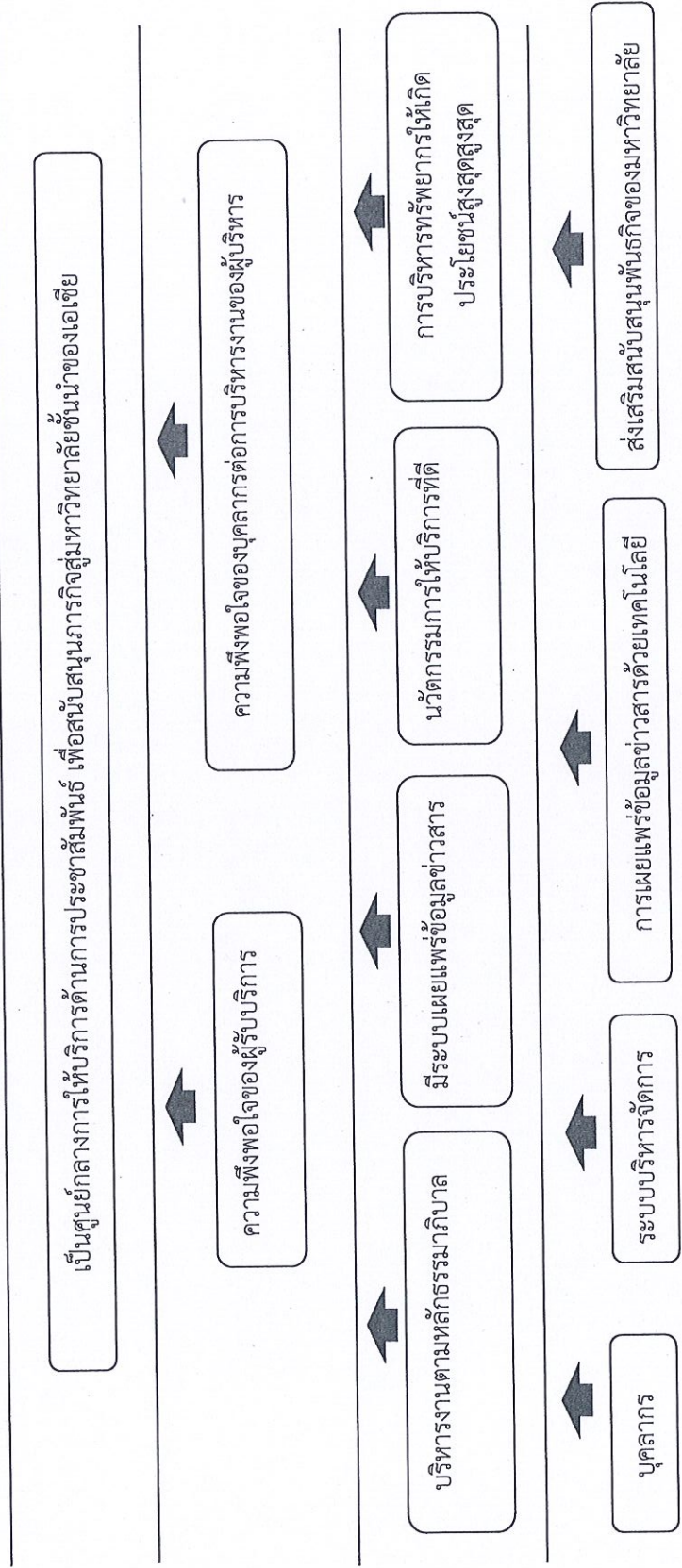
วงรอบปีงบประมาณ 2564 (1 ตุลาคม 2563 - 30 กันยายน 2564)

ขั้นตอนและกระบวนการทบทวนแผนกลยุทธ์ (ปีละครั้ง)

ศึกษาเอกสารจากปีที่ผ่านมา ประชุมเชิงปฏิบัติการ จัดทำร่างแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติ
ราชการร่วมกับบุคลากรในหน่วยงาน จัดทำ(SWOT) สรุปสาระและจัดทำร่างแผนฯ โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่บุคลากรกองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ ได้รับทราบทิศทางการ
ดำเนินการกิจของหน่วยงาน และสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการประชุมไปปรับใช้ในการ
ขับเคลื่อนงาน ให้ไปในทิศทางเดียวกันจัดทำรูปแบบสมบูรณ์ เผยแพร่ภายในหน่วยงานและผ่านสื่อ
สารสนเทศต่างๆ จัดเก็บข้อมูล จัดทำรายงาน ต่อ ผู้บริหาร ตามลำดับ

Strategic map กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มหาวิทยาลัย

กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มมส. ปี 2569
เพื่อสนับสนุน มมส. เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำในเอเชีย



ยุทธศาสตร์ ๑ ยุทธศาสตร์ ๒ ยุทธศาสตร์ ๓ ยุทธศาสตร์ ๔

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564 กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ปรัชญา

การสื่อสารองค์กรระดับสากล

วิสัยทัศน์

เป็นศูนย์กลางการให้บริการประชาสัมพันธ์ และกิจการต่างประเทศ ที่ได้มาตรฐาน เพื่อสนับสนุนภารกิจสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำของเอเชีย

พันธกิจ

ส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ 1 ประสิทธิภาพการบริหารจัดการหน่วยงาน	ยุทธศาสตร์ 2 คุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของหน่วยงาน	ยุทธศาสตร์ 4 การพัฒนางานในหน่วยงาน
---	--	--	------------------------------------

เป้าประสงค์

เป้าประสงค์ที่ 1.1) ประสิทธิภาพการบริหารปฏิบัติราชการ	เป้าประสงค์ที่ 2.1) คุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน	เป้าประสงค์ที่ 3.1) ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของหน่วยงานในการบริหารจัดการ	เป้าประสงค์ที่ 4.1) สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และกระชับยอมรับในระดับสากล
เป้าประสงค์ที่ 1.2) ภารกิจที่ผูกพันหมายการรับผิดชอบหรือดำเนินงานจากแผนฯของมหาวิทยาลัย			

ปรัชญา การสื่อสารองค์กรระดับสากล

วิสัยทัศน์ เป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ และกิจการต่างประเทศ ที่ได้มาตรฐาน เพื่อสนับสนุนภารกิจสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำของเอเชีย

พันธกิจ

ส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการประชาสัมพันธ์

ค่านิยมองค์กร (S-E-C-L-A-C)

ค่านิยม (พฤติกรรมของบุคลากรที่อยากให้มีเพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์ของกองฯ)

1. S-Service mind คือ การมีจิตใจพร้อมในการให้บริการ หมายถึง ความมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยไมตรีที่ดี ยินดี และเต็มใจ ที่จะให้บริการ ช่วยเหลือ แก่ผู้มาติดต่อประสานงาน หรือผู้มาขอรับบริการทั้งภายนอก และภายในหน่วยงาน ให้เกิดความเข้าใจ ความพึงพอใจ และการประสานงานที่ดีระหว่างกัน เพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

2. E-ETHIC จรรยาบรรณวิชาชีพ/รับผิดชอบ มุ่งรักษาจริยธรรมในการดำเนินงาน การกำกับดูแลกิจการที่ดี เสริมสร้างให้บุคลากรทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์สุจริตและความน่าเชื่อถือทั้งต่อตนเองและผู้อื่น ไม่นิ่งเฉยเมื่อพบการกระทำผิดในองค์กร ทำงานด้วยความโปร่งใส เปิดเผยและตรวจสอบได้ ตลอดจนปฏิบัติตามกฎระเบียบและหลักจรรยาบรรณของหน่วยงาน

3. C- Creativity คิดสร้างสรรค์ หรือความคิดสร้างสรรค์ จะเป็นกระบวนการที่สร้างความคิดใหม่ๆ ออกมา ทางเลือกใหม่ การแก้ปัญหา แนวทางใหม่ๆ ในแบบที่แตกต่างกันไป

4. L- Learning เรียนรู้/ปรับตัวกับสิ่งใหม่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างค่อนข้างถาวร อันเนื่องมาจากการฝึกฝน ฝึกหัด หรือประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ พฤติกรรมนั้น ๆ จะมีความเชี่ยวชาญชำนาญมากขึ้นเท่านั้น ขึ้นอยู่กับการฝึกฝนหรือประสบการณ์ที่ผ่านมา นั่นคือ การเรียนรู้มีความสัมพันธ์ไปพร้อมกับการเจริญเติบโตและวุฒิภาวะของบุคคล

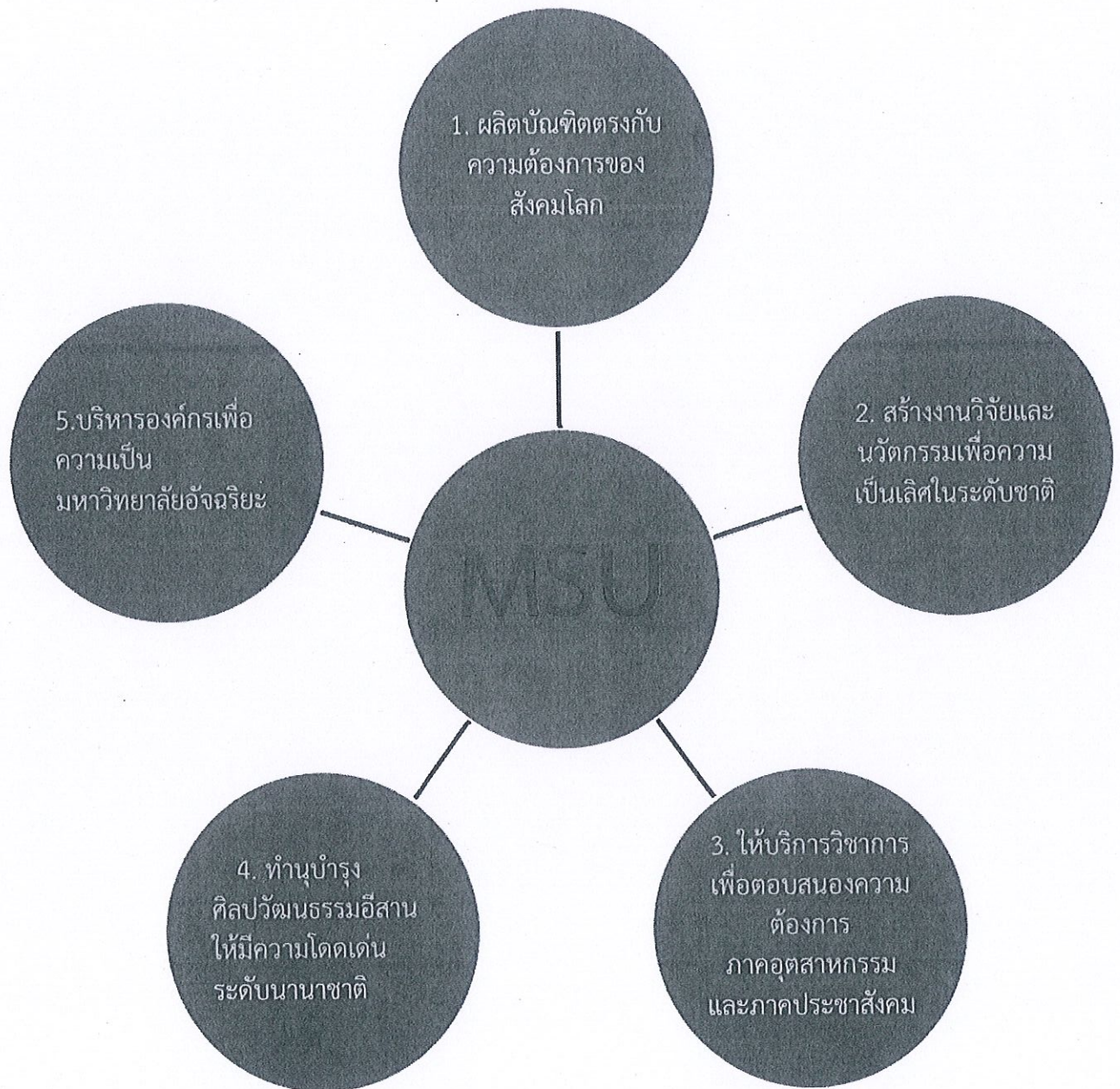
5. A- Achievement ความสำเร็จ คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกในการทำงานของสมาชิกภายในองค์กรที่มีภาพรวมของลักษณะการทำงานที่ดี มีการตั้งเป้าหมายร่วมกัน พฤติกรรมการทำงานของคนเป็นแบบมีเหตุมีผล มีหลักการและการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ มีความกระตือรือร้นและมีความสุขในการทำงาน รู้สึกว่างานมีความหมายและมีความท้าทาย ลักษณะเด่นคือสมาชิกในองค์กรมีความกระตือรือร้น และรู้สึกว่าจะงานท้าทายความสามารถอยู่ตลอดเวลา

6. C- Check ถูกต้องแม่นยำ การตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน เปรียบเทียบกับแผนการดำเนินงานก็จะทำให้งานบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และหากการดำเนินงานเกิดปัญหาหรือสะดุดไม่ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดแสดงว่าการปฏิบัติงานขั้นตอนใดหายไป ต้องทบทวนแก้ไข เพื่องานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ยุทธศาสตร์

1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 ประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการหน่วยงาน
2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 คุณภาพการให้บริการของหน่วยงาน
3. ยุทธศาสตร์ที่ 3 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของหน่วยงาน
4. ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนางานในหน่วยงาน

ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564



ตาราง 1 ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการ หน่วยงาน	เป้าประสงค์ 1.1 ประสิทธิภาพ การปฏิบัติราชการ เป้าประสงค์ 1.2 ภารกิจที่ถูก มอบหมายการรับผิดชอบหรือ ดำเนินงานจากแผนฯของ มหาวิทยาลัย	ส่งเสริมการการบรรลุเป้าหมาย ตามแผนปฏิบัติราชการ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 คุณภาพการให้บริการ ของหน่วยงาน	เป้าประสงค์ 2.1 คุณภาพการ ให้บริการ	ส่งเสริมการให้ผู้รับบริการที่มีต่อ การให้บริการของบุคลากรของ หน่วยงาน
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ประสิทธิภาพในการ ดำเนินงานของหน่วยงาน	เป้าประสงค์ที่ 3.1 ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ของหน่วยงานในการบริหาร จัดการ	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของ บุคลากร การดำเนินงานของ หน่วยงานในการบริหารจัดการ
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนางานใน หน่วยงาน	เป้าประสงค์ที่ 4.1 สร้าง ภาพลักษณ์ที่ดี และการ ยอมรับในระดับสากล	ส่งเสริมสร้างความโดดเด่นของ หน่วยงานเชิงรุกของหน่วยงาน และสร้างภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยด้านการ ประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 5 บริหารองค์กรเพื่อความเป็นมหาวิทยาลัยอัจฉริยะ

เป้าประสงค์	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	เจ้าภาพหลัก/ ผู้รับผิดชอบ
เป้าประสงค์ 5.6 สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และการยอมรับในระดับสากล			
1	โครงการส่งเสริมขีดความสามารถด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมความหลากหลายของมหาวิทยาลัยและเพื่อสนับสนุนความเป็นสากล ณ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Furthering International Relations Capacities and Intercultural Engagement to Nurture Campus Diversity and to Support Internationalisation at Home : FRIENDS)	100,000	(กองประชาสัมพันธ์) วิเทศสัมพันธ์
2	โครงการขอบคุณสื่อมวลชน	60,000	(กองประชาสัมพันธ์)
3	โครงการส่งเสริมและพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยมหาสารคาม	30,000	(กองประชาสัมพันธ์) วิเทศสัมพันธ์
4	โครงการค่ายพลเมืองสากล (Mahasarakham University Global Citizenship Camp 2021)	200,000	(กองประชาสัมพันธ์) วิเทศสัมพันธ์
5	โครงการทูตนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Mahasarakham University Student Ambassador)	50,000	(กองประชาสัมพันธ์) วิเทศสัมพันธ์
6	โครงการรับรองอาคารต้นตู่ ประจำปีงบประมาณ 2564	100,000	(กองประชาสัมพันธ์) วิเทศสัมพันธ์
7	โครงการขับเคลื่อนสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำของเอเชียด้วยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)	0	(กองประชาสัมพันธ์) วิเทศสัมพันธ์
รวม 7 โครงการ		540,000	

ตาราง 2 ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กลยุทธ์ วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด และโครงการ/กิจกรรม

ยุทธศาสตร์/ เป้าประสงค์/กล ยุทธ์	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด	โครงการ/กิจกรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 5 บริหารองค์กรเพื่อความเป็นมหาวิทยาลัยอัจฉริยะ			
เป้าประสงค์ 5.6 สร้างภาพลักษณ์ที่ดี และการยอมรับในระดับสากล			
	เพื่อส่งเสริมและพัฒนา ให้มหาวิทยาลัย มหาสารคามเป็น มหาวิทยาลัยในระดับ สากล	กิจกรรมหรือโครงการ ส่งเสริมพัฒนาให้เป็น มหาวิทยาลัยในระดับ สากล	<ol style="list-style-type: none"> 1.โครงการส่งเสริมขีดความสามารถด้าน ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและการมีส่วน ร่วมทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมความ หลากหลายของมหาวิทยาลัยและเพื่อสนับสนุน ความเป็น สากล ณ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาสารคาม (Furthering International Relations Capacities and Intercultural Engagement to Nurture Campus Diversity and to Support Internationalisation at Home : FRIENDS) 2.โครงการขอบคุณสื่อมวลชน 3.โครงการส่งเสริมและพัฒนาทักษะด้านการ สื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับบุคลากรสาย สนับสนุนมหาวิทยาลัยมหาสารคาม 4.โครงการค่ายพลเมืองสากล (Mahasarakham University Global Citizenship Camp 2021) 5.โครงการทูตนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Mahasarakham University Student Ambassador) 6.โครงการรับรองอาคันตุกะ ประจำปี งบประมาณ 2564 7.โครงการขับเคลื่อนสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำของ เอเชียด้วยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

ตาราง 3 สรุปประมาณการงบประมาณรายจ่าย จำแนกตามยุทธศาสตร์
กองประสานสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2564

ยุทธศาสตร์ที่ 5 บริหารองค์กรเพื่อความเป็นมหาวิทยาลัยอัจฉริยะ

ยุทธศาสตร์ที่ 5	ผลการนำเสนอ		เป้าหมาย ปี 2564	โครงการ/กิจกรรม	งบ ประ มาณ	เจ้าภาพหลัก/ ผู้รับผิดชอบ
	2562	2563				
เป้าประสงค์ 6.1) เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับในการจัดอันดับ หรือการประเมินคุณภาพในระดับสากล						
บริหารองค์กรเพื่อความเป็นมหาวิทยาลัยอัจฉริยะ	-	-	ระดับ 5	1.โครงการส่งเสริมขีดความสามารถด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมความหลากหลายของมหาวิทยาลัยและเพื่อสนับสนุนความเป็น สากล ณ มหาวิทยาลัยมหาวิทาลัยมหาสารคาม (Furthering International Relations Capacities and Intercultural Engagement to Nurture Campus Diversity and to Support Internationalisation at Home : FRIENDS)	100,000	- งานกิจการต่างประเทศ/ คณะ
				2.โครงการขอบคุณสื่อมวลชน	60,000	
				3.โครงการส่งเสริมและพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยมหาสารคาม	30,000	
				4.โครงการค่ายพลเมืองสากล (Maharakham University Global Citizenship Camp 2021)	200,000	
				5.โครงการทูตนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Maharakham University Student Ambassador)	50,000	
				6.โครงการรับรองอาคารคณบดี ประจำปีงบประมาณ 2564	100,000	
				7.โครงการขับเคลื่อนสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำของเอเชียด้วยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)	0	
รวมประมาณการงบประมาณยุทธศาสตร์ที่ 5 (540,000บาท)						

ภาคผนวก

สรุปการทบทวนแผนกลยุทธ์ฯ จากการทำ SWOT รายกลุ่มงาน

กลุ่มงาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
งานบริหารทั่วไป				
	1. โครงสร้างการแบ่งงานภายในชัดเจน 2. วัฒนธรรมในการทำงานเป็นแบบครอบครัว 3. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีความสามารถใช้เทคโนโลยี ทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ทั้งภายในและภายนอกได้	1. บุคลากรขาดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีนโยบายการขอใช้อัตรา/ปรับอัตรา 2. การสื่อสารติดต่อประสานงานไม่ชัดเจน 3. โครงสร้างภายในองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย	1. มีการส่งเสริมให้พัฒนาตนเอง 2. สนับสนุนทุนวิจัยให้แก่บุคลากร 3. หน่วยงานมีการสนับสนุนการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	1. ภาวะสังคมเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ ทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น 2. แนวปฏิบัติของมหาวิทยาลัยมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ทำให้ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน 3. งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากมหาวิทยาลัยไม่เพียงพอในการดำเนินงาน (ด้านการพัฒนาตนเอง)
งานวิทยุ				
	1. อำนาจหน้าที่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำหนดไว้ชัดเจนและมีองค์กรกำกับติดตามชัดเจน ตามพระราชบัญญัติจัดสรรคลื่นความถี่ (กสทช.) 2. การบริหารจัดการมีความเป็นเอกภาพ และมีการวางแผนการดำเนินงานสำหรับการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน เป็นไปตามนโยบายและภารกิจของกองประชาสัมพันธ์และมหาวิทยาลัยมหาสารคาม 3. นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเอื้อต่อการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม 4. บุคลากรมีความรู้ความสามารถและทักษะการสื่อสารด้าน	1. การส่งเสริมและพัฒนางานของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ขาดความต่อเนื่อง 2. การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ รวมถึงบทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคามยังไม่ครอบคลุมและทั่วถึง 3. พัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารและสื่อใหม่ส่งผลกระทบต่อสื่อเดิม (Technology Disruption) 4. โครงสร้าง และอัตรากำลังไม่สอดคล้องกับภารกิจงาน 5. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ ไม่เพียงพอสำหรับการสนับสนุน	1. นโยบายของมหาวิทยาลัยและหน่วยงานกำกับดูแล (กสทช.) เอื้อให้การดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง โทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 คุ้มครองและสนับสนุนการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เอื้ออำนวยต่อการพัฒนางานของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม	1. พฤติกรรมการบริโภคสื่อ รวมถึงระบบนิเวศสื่อ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 2. การเรียนรู้ของบุคลากรยังไม่ทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

กลุ่มงาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความรู้สู่สาธารณชนสอดคล้องกับภารกิจของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง	การปฏิบัติงาน 6. อาคารสถานที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน	3. ผู้ผลิต (หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย) และผู้รับบริการให้การสนับสนุนและความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการดำเนินโครงการ กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง 4. กลุ่มเป้าหมายของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีความหลากหลายและนิยมใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) มากขึ้น ซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาคุณภาพรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม 5. ความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการรับฟังและรับชมมีมากขึ้น	
งานโทรทัศน์				
	1. บุคลากรมีความรู้ความชำนาญและมีศักยภาพในหน้าที่และมีการทำงานเป็นทีม 2. มีช่องทางและเครือข่ายระดับมหาวิทยาลัย ระดับจังหวัด เช่น เคเบิลทีวีท้องถิ่น ระดับหน่วยงานภายในและนิสิต 3. มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนคือนิสิตและประชาคมโดยรอบมหาวิทยาลัย 4. ข่าวสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมีความน่าเชื่อถือเนื่องจากเป็นหน่วยงานตัวแทนมหาวิทยาลัย	1. ขาดการส่งเสริม/พัฒนาอย่างต่อเนื่อง 2. ขาดการสนับสนุนด้านเครื่องมือที่เหมาะสมและเท่าทันเทคโนโลยีปัจจุบัน 3. ลักษณะสื่อมีปัจจัยด้านเวลาและสถานที่ที่มีผลต่อการนำเสนอผลงาน 4. บุคลากรมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยทำให้ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนางาน	1. มหาวิทยาลัยมองเห็นทักษะและความสามารถในการพัฒนางานที่รองรับงานที่มีความท้าทายสูง 2. มีการพัฒนาเครือข่ายและช่องทางสื่อสารอย่างต่อเนื่อง และเป็นรูปธรรม 3. สังคมเริ่มเปิดรับสื่อและวิธีการนำเสนอใหม่ๆ 4. มหาวิทยาลัยเพิ่มคุณค่าให้สื่อที่ผลิตโดยการหลอมรวมสื่อ	1. การเปลี่ยนแปลงของสังคม ทำให้มีสื่อรูปแบบใหม่ๆ ออกมาแข่งขัน หรือแย่งพื้นที่แทนสื่อเดิม ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การนำเสนอ 2. ขาดงบประมาณสนับสนุนที่ชัดเจน 4. บางหน่วยงานไม่ได้ใช้ประโยชน์จากสื่อที่ผลิตขึ้นอย่างเต็มที่ 5. สถานที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงานที่เต็มศักยภาพ

กลุ่มงาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
กลุ่มงานประชาสัมพันธ์และมวลชนสัมพันธ์				
	<p>1.หน่วยงานมีนโยบายและแผนที่ชัดเจน บุคลากรรับทราบทิศทางการดำเนินงาน</p> <p>2.ผู้บริหารให้ความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานของปฏิบัติงาน ตลอดจนช่วยเหลือปัญหาต่างๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย</p> <p>3.ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ทักษะความชำนาญในงานที่ได้รับมอบหมาย</p> <p>4. มีช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย</p> <p>5.มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย รองรับการใช้งานปฏิบัติงาน</p> <p>6.หน่วยงานมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับทั้งหน่วยงานภายในและภายนอก</p>	<p>1.ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อการสื่อสารในปัจจุบัน ส่งผลเสียต่อการสื่อสารและภาพลักษณ์ขององค์กร</p>	<p>1.มหาวิทยาลัยมีนโยบายสนับสนุนบุคลากรให้มีความก้าวหน้าในสายงานและส่งเสริมบุคลากรให้มีโอกาสรับการอบรมเพื่อพัฒนาตนเอง</p> <p>2. ผู้บังคับบัญชาให้อิสระทางความคิดและการตัดสินใจในการทำงานและสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ</p>	<p>1.นโยบายที่เร่งด่วนหรือกิจกรรมพิเศษ ส่งผลต่องานประจำทำให้ล่าช้า หรือไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้</p>
กลุ่มงานวิเทศสัมพันธ์				
	<p>1.กลุ่มงานกิจการต่างประเทศได้วิเคราะห์งานและมอบหมายงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถของบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของคณะ/หน่วยงาน ที่ขอใช้บริการสนับสนุน</p> <p>2.กลุ่มงานกิจการต่างประเทศมีการระบบจัดเก็บฐานข้อมูลนิสิตและบุคลากรต่างชาติ และระบบฐานข้อมูลความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ทำให้เอื้อต่อการดำเนินงาน รายงานผลการให้บริการและการวางแผนการพัฒนาต่างๆ ของมหาวิทยาลัย</p> <p>3.กลุ่มงานกิจการต่างประเทศมีการศึกษาค้นคว้าและทำการสรุปข้อมูลเกณฑ์การจัด</p>	<p>1.แผนงาน โครงการหรือการปฏิบัติหน้าที่ของกลุ่มงานกิจการต่างประเทศไม่บรรลุตามเป้าหมายในบางส่วนงาน เนื่องจากไม่ได้รับความร่วมมือจากคณะ/หน่วยงานเท่าที่ควร ส่งผลให้คุณภาพของบางส่วนงานต้องการการพัฒนา</p> <p>2.ฐานข้อมูลในระบบยังไม่ครอบคลุมข้อมูลที่ใช้ประกอบการดำเนินงานในบางส่วน เนื่องจากไม่สามารถสืบค้นข้อมูลได้</p> <p>3.มหาวิทยาลัยมหาสารคามไม่ติดอันดับของบางสถาบันจัดอันดับอันเนื่องมาจากข้อมูลที่ใช้ในการ</p>	<p>1.กลุ่มงานกิจการต่างประเทศได้เข้าร่วมการอบรมสัมมนาซึ่งจัดโดยหน่วยงานต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม อันได้มาซึ่งองค์ความรู้ในการบริหารจัดการองค์กร รวมทั้งการส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ในรายบุคคล</p> <p>2.ช่องทางในการให้บริการและการติดต่อประสานงานจากหน่วยงาน/องค์กรภายนอกที่เพิ่มมากขึ้นนำไปสู่การให้บริการนิสิตและบุคลากรชาวต่างชาติที่สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น</p> <p>3.ช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลและหลักเกณฑ์ในการจัดอันดับมหาวิทยาลัย</p>	<p>1.งบประมาณสนับสนุนในการเข้าร่วมโครงการอบรมสัมมนา กิจกรรมแลกเปลี่ยนรวมไปถึงการทำวิจัยร่วมกับหน่วยงาน/องค์กรภายนอก มหาวิทยาลัยยังมีจำกัดอยู่ ส่งผลการปฏิบัติหน้าที่ในบางส่วน ยังพัฒนาได้ไม่เท่าที่ควร</p> <p>2.การเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบและข้อปฏิบัติจากหน่วยงาน/องค์กรภายนอก โดยไม่แจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ</p> <p>3.หลักเกณฑ์การให้คะแนนการจัดอันดับจากสถาบันต่างๆ มีความแตกต่างกัน ทำให้เกิด</p>

กลุ่มงาน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
	<p>อันดับของ แต่ละสถาบันการจัดอันดับ ทำให้ทราบถึงหลักเกณฑ์ค่า คะแนนในแต่ละตัวชี้วัด</p> <p>4.กลุ่มงานกิจการต่างประเทศ มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับ กิจกรรม โครงการ ทุนต่างๆ ไปยังคณะ/หน่วยงาน ต่างๆ ในมหาวิทยาลัย ทั้งในรูปแบบ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ</p> <p>5.กลุ่มงานกิจการต่างประเทศ มีการใช้เทคโนโลยีมาอำนวยความสะดวกในการทำงาน มากขึ้น ทำให้สืบค้นเอกสาร ข้อมูลสะดวกและบุคลากร สามารถปฏิบัติงานทดแทน กันได้ตลอดเวลา</p>	<p>จัดอันดับไม่ผ่านเกณฑ์ การประเมินในบางตัวชี้วัด</p> <p>4.ช่องทางการ ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ของกลุ่มงานกิจการ ต่างประเทศยังไม่ได้รับความสนใจ และยังไม่สามารถสื่อสาร ข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้เท่าที่ควร</p> <p>5. การประสานงานหรือนำส่งเอกสารจาก หน่วยงานส่วนอื่นมายัง กลุ่มงานกิจการ ต่างประเทศ ยังคงล่าช้า ทำให้การดำเนินการต่างๆ ยังคงติดขัดอยู่ในบางส่วน</p>	<p>จากสถาบันต่างๆ มีเพิ่มมากขึ้น นำไปสู่การจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระบบ และมีแบบแผนมากยิ่งขึ้น</p> <p>4.การเพิ่มขึ้นของความร่วมมือและเครือข่าย ภายนอกมหาวิทยาลัย นำมาซึ่งข่าวสารและ ช่องทางการรับทุน สนับสนุนจากหน่วยงาน และองค์กรภายนอก ทั้ง ในและต่างประเทศ ที่เพิ่มมากขึ้น</p> <p>5.การพัฒนาอันรวดเร็ว ของระบบเทคโนโลยี สารสนเทศในยุคปัจจุบัน ช่วยให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว</p> <p>ในการปฏิบัติหน้าที่ในส่วน ต่างๆ ของกลุ่มงานกิจการ ต่างประเทศ</p>	<p>ความล่าช้า ในการรวบรวมข้อมูลและสรุปผล</p> <p>4.ช่องทางที่หลากหลาย ของการรับข่าวสารจาก หน่วยงานและองค์กร ภายนอก ทั้งในและ ต่างประเทศ ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของ ข้อมูลและประกาศ</p> <p>5.ความขัดข้องของ ระบบปฏิบัติการและ Internet อาจจะทำให้เกิดความล่าช้าของการ ปฏิบัติงาน</p>
สรุปภาพรวมกองฯ				
	<p>บุคลากรมีความรู้ ความสามารถและทักษะการ สื่อสารด้านกระบวนการผลิต และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และความรู้สู่สาธารณชน สอดคล้องกับภารกิจของ มหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>บุคลากรขาดขวัญและ กำลังใจในการปฏิบัติงาน เนื่องจากมหาวิทยาลัยมี นโยบายการขอใช้อัตรา/ ปรับอัตรา และโครงสร้างภายในองค์ มีการเปลี่ยนแปลงบ่อย</p>	<p>มีการส่งเสริมให้พัฒนา ตนเองสนับสนุนทุนวิจัย ให้แก่บุคลากร และการนำเทคโนโลยีมา ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงาน</p>	<p>ภาวะสังคมเศรษฐกิจที่ ส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น งบประมาณที่ได้รับการ จัดสรรจากมหาวิทยาลัยไม่ เพียงพอในการดำเนินงาน</p>

รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
วิจัย และนวัตกรรม
เลขที่..... 11617.....
วันที่..... 19 5 2564.....
เวลา..... 12 : 38.....น.

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ สำนักงานอธิการบดี โทรภายใน 1233
ที่ อว 0605.1(10)/333 วันที่ 19 มีนาคม 2564
เรื่อง รายงานสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ “เรื่อง จัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติราชการ
ประจำปีงบประมาณ 2564”

เรียน รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน วิจัย และนวัตกรรม

ตามที่กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติราชการ ตามตัวชี้วัดที่รับผิดชอบ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ในระหว่างวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2564 ณ ห้องประชุมความเป็นเลิศ-
ทางนวัตกรรมใหม่ ศูนย์นวัตกรรมใหม่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม แล้วนั้น

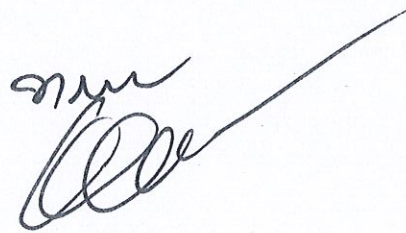
ในการนี้จึงขอส่งรายงานสรุปผลการประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง จัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติ-
ราชการ ประจำปีงบประมาณ 2564 เพื่อการจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติราชการ ประจำปี 2564
รองรับยุทธศาสตร์การดำเนินงานและตัวชี้วัดของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ตามเอกสารแนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา



(นางณัฐยา จอมพุทรา)

ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ



(ศาสตราจารย์อ๋องนงค์ฤทธิ์ แข็งแรง)

รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน วิจัย และนวัตกรรม

รายงานการเข้ารับการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน

- ข้อมูลหลักสูตรประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน :

ประชุมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ ตามตัวชี้วัดที่รับผิดชอบ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564”

- จัดโดย : กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ระยะเวลาที่จัด : ระหว่างวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2564
- งบประมาณที่ใช้ ปี 2564 : รายได้ 5,040 บาท
- สรุปลักษณะสำคัญที่ได้รับจากการประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงาน :

การจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ ตามตัวชี้วัดที่รับผิดชอบ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564” เพื่อรองรับยุทธศาสตร์การดำเนินงานและตัวชี้วัดของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม การจัดทำแผน เป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการองค์กร ช่วยให้หน่วยงานสามารถเห็นถึงจุดแข็งจุดอ่อนของหน่วยงาน รวมทั้งความท้าทายที่ต้องเผชิญ ซึ่งจะนำไปสู่การปรับกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมไปถึงการบริหารทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า

- ประเมินผลภาพรวมในการเข้าประชุม/ฝึกอบรม/สัมมนา/ศึกษาดูงานสรุปโดยภาพรวมของหลักสูตรนี้

เพื่อให้ทราบและเข้าใจรายละเอียดขั้นตอนของกระบวนการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการให้แก่บุคลากรที่รับผิดชอบแผนการจัดทำแผนรวมทั้งบุคลากรอื่น ๆ ที่มีความสนใจ ให้การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

- การนำความรู้และทักษะที่ได้จากการพัฒนาไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนหรือการปฏิบัติงาน
ความรู้และทักษะที่จะนำไปใช้ประโยชน์ : เพื่อให้ทราบและเข้าใจรายละเอียดขั้นตอนของกระบวนการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ

- การปฏิบัติงาน(กรณีสายสนับสนุน) : บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการในการในไป ประยุกต์ใช้ในแผนการดำเนินงานรายบุคคล ส่งเสริมการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

- ผลที่คาดว่าจะได้รับ : กระบวนการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการให้แก่บุคลากรที่รับผิดชอบแผนการจัดทำแผนรวมทั้งบุคลากรอื่น ๆ ที่มีความสนใจ ให้การจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

เอกสารประกอบ บุคลากรร่วมกันกำหนด วิสัยทัศน์ ค่านิยมในองค์กร

วิสัยทัศน์กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มมส. ปี 2569

เพื่อสนับสนุน มมส. เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำในเอเชีย

วิสัยทัศน์

เป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านการประชาสัมพันธ์ และกิจการต่างประเทศ ที่ได้มาตรฐาน เพื่อสนับสนุนภารกิจสู่มหาวิทยาลัยชั้นนำของเอเชีย

คำอธิบายวิสัยทัศน์

ศูนย์กลาง หมายถึง ด้านข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย

ศูนย์กลาง หมายถึง ด้านการให้บริการนิสิตนักศึกษาและบุคลากรชาวไทยและชาวต่างชาติ

มาตรฐานด้านการประชาสัมพันธ์ของฉันทัน หมายถึง ถูกต้อง รวดเร็ว ดึงดูด เกิดประสิทธิผล

มาตรฐานด้านการบริการนิสิตและบุคลากรชาวต่างชาติของฉันทัน หมายถึง รวดเร็ว ถูกต้อง ตรงตามความต้องการ

ค่านิยม (พฤติกรรมของบุคลากรที่อยากให้มีเพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์ของกองฯ) S-E-C-L-A-C

S-Service mind คือ การมีจิตใจพร้อมในการให้บริการ หมายถึง ความมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยไมตรีที่ดี ยินดี และเต็มใจ ที่จะให้บริการ ช่วยเหลือ แก่ผู้มาติดต่อประสานงาน หรือผู้มาขอรับบริการทั้งภายนอก และภายใน หน่วยงาน ให้เกิดความเข้าใจ ความพึงพอใจ และการประสานงานที่ดี ระหว่างกัน เพื่อให้การทำงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

E-ETHIC จรรยาบรรณวิชาชีพ/รับผิดชอบ มุ่งรักษาจริยธรรมในการดำเนินงาน การกำกับดูแลกิจการที่ดี เสริมสร้างให้บุคลากรทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์สุจริตและความน่าเชื่อถือทั้งต่อตนเองและผู้อื่น ไม่นิ่งเฉย เมื่อพบการกระทำผิดในองค์กร ทำงานด้วยความโปร่งใส เปิดเผยและตรวจสอบได้ ตลอดจนปฏิบัติตามกฎระเบียบ และหลักจรรยาบรรณของหน่วยงาน

C- Creativity คิดสร้างสรรค์ หรือความคิดสร้างสรรค์ จะเป็นกระบวนการที่สร้างความคิดใหม่ๆ ออกมา ทางเลือกใหม่ การแก้ปัญหา แนวทางใหม่ๆ ในแบบที่แตกต่างกันไป

L- Learning เรียนรู้/ปรับตัวกับสิ่งใหม่ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างค่อนข้างถาวร อันเนื่องมาจากการฝึกฝน ฝึกหัด หรือประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ พฤติกรรมนั้น ๆ จะมีความเชี่ยวชาญชำนาญมากขึ้นเท่านั้น ขึ้นอยู่กับการ ฝึกฝนหรือประสบการณ์ที่ผ่านมานั้นคือ การเรียนรู้มีความสัมพันธ์ไปพร้อมกับการเจริญเติบโตและวุฒิภาวะของ บุคคล

A- Achievement กระตือรือร้น คือ องค์กรที่มีค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกในการทำงานของสมาชิกภายใน องค์กรที่มีภาพรวมของลักษณะการทำงานที่ดี มีการตั้งเป้าหมายร่วมกัน พฤติกรรมการทำงานของคนเป็นแบบมี เหตุมีผล มีหลักการและการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ มีความกระตือรือร้นและมีความสุขในการทำงาน รู้สึกว่างานมี ความหมายและมีความท้าทาย ลักษณะเด่นคือสมาชิกในองค์กรมีความกระตือรือร้น และรู้สึกว่างานท้าทาย ความสามารถอยู่ตลอดเวลา

C- Check ถูกต้องแม่นยำ การตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน เปรียบเทียบกับแผนการดำเนินงานก็จะทำให้งาน บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และหากการดำเนินงานเกิดปัญหาหรือสะดุด ไม่ได้ตามเป้าหมายที่กำหนดแสดง ว่าการปฏิบัติงานขั้นตอนใดหายไป ต้องทบทวนแก้ไข เพื่องานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

SWOT

Strengths Weaknesses Opportunities Threats

ANALYSIS

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในหน่วยงาน เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสม จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล บริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารงาน

W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆ ของบริษัท ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหานั้น

O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน นักการตลาดที่ดีจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้จริง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

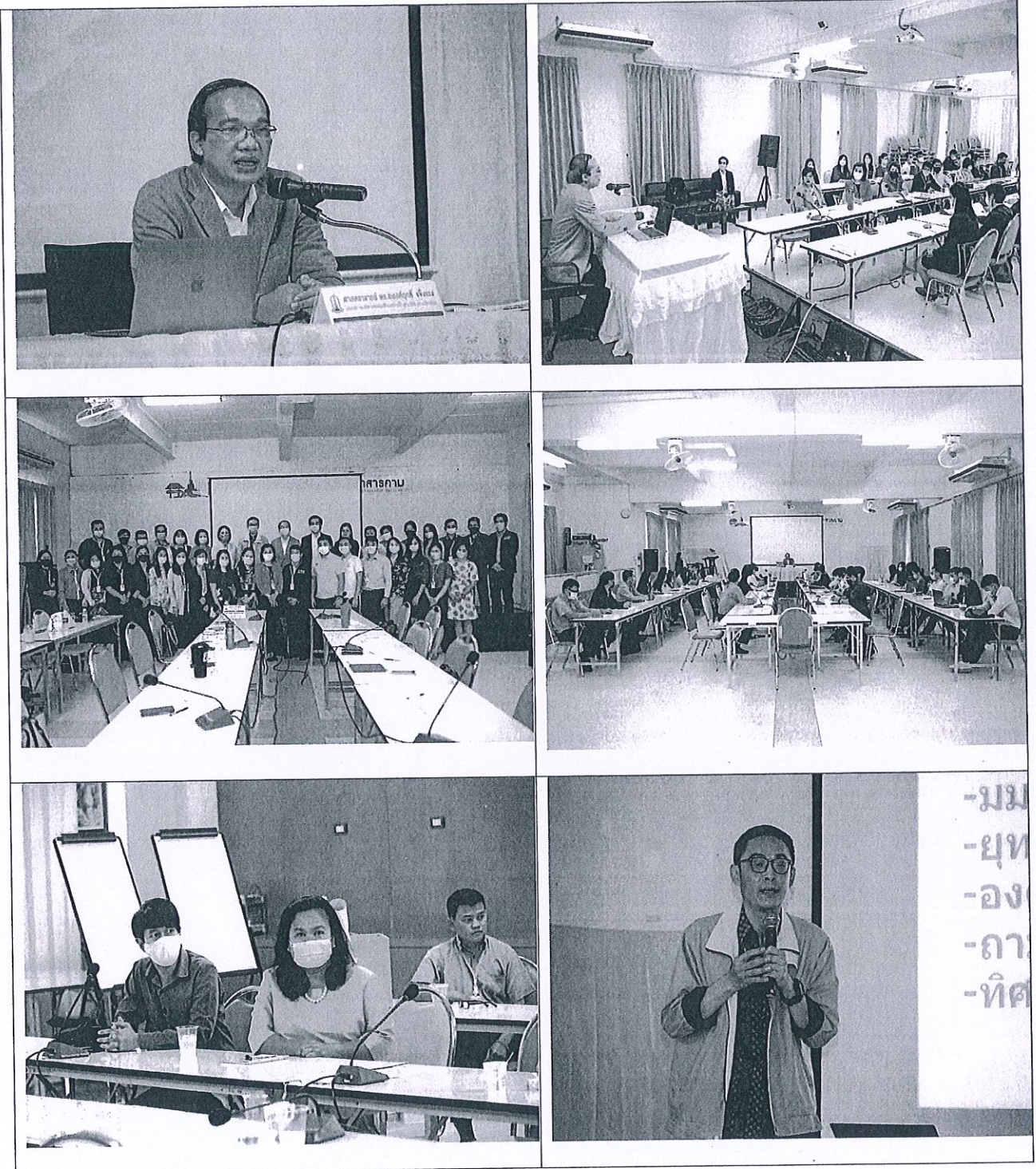
จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> -ความคิดรอบคอบ -มีความสามัคคีในการทำงาน -มีบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์และความสามารถ -บุคลากรมีทักษะที่มีความสามารถ -บุคลากรมีทักษะตรงกับงานที่ได้รับผิดชอบ -ใครสิ่งอะไรทำได้หมด -บุคลากรมีความรู้ความสามารถด้านงานประชาสัมพันธ์ -ความถูกต้องรวดเร็ว -ทำงานมีประสิทธิภาพทันเวลา -บุคลากรมีความสามารถสูง -ทีมเวิร์ค -ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ทักษะในการทำงาน -บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ -ยิ้มแย้มเต็มใจให้บริการ -การบริการข้อมูลข่าวสาร -บุคลากรมีความรู้ความสามารถ 	<ul style="list-style-type: none"> -บุคลากรขาดขวัญกำลังใจ -ขาดแคลนงบประมาณ -การทำงานยังไม่เป็นระบบแบบแผน -รักความสบายจนเกินไป -รับงานมาจ่ายเกินไปโดยที่ไม่มองรูปแบบแผนที่มี -ทิศทางการทำงานไม่ชัดเจน -ขาดการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง -งานด่วนกระทบงานประจำและการพัฒนางาน -ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ -การพัฒนางานลดน้อยลง -ความสอดคล้องของการบริหารงานของผู้บริหารแต่ละระดับ -ปริมาณงานมากเกินไปกว่าบุคลากร
อุปสรรค	โอกาส
<ul style="list-style-type: none"> -กฎระเบียบไม่สอดคล้องกับการทำงานกับต่างประเทศ -การตีกรอบโอเคเดียวความคิด ความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นเก่า -สถานการณ์โรคระบาด -การเปลี่ยนแปลงทีมบริหารและนโยบาย -ระบบอินเทอร์เน็ตที่ช้าช้อง -ความมั่นคงในการทำงาน 	<ul style="list-style-type: none"> -ได้คิดงานใหม่แนวใหม่ ตอบสนองผู้รับสาร -มีรูปแบบสื่อที่เข้าถึงง่าย -มีการอบรมเพื่อพัฒนางาน -มีการเพิ่มเครือข่ายในการทำงานเพิ่มมากขึ้น -มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน -มีสื่อเทคโนโลยีในมือช่วยในการเข้าถึงรวดเร็ว

-งบประมาณในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ	-งบประมาณในการดำเนินกิจกรรมที่มากขึ้น -ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเห็นความสำคัญของบุคลากรภายในกอง -การประสานงานความร่วมมือกับงานนอกทั้งในระดับชาติและนานาชาติ
-----------------------------------	--

ปัจจุบัน	อนาคต
-บุคลากรขาดขวัญกำลังใจ	-สร้างขวัญกำลังใจ -พัฒนาระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรให้สอดคล้องกับ..... -สร้างบรรยากาศที่ดีในการปฏิบัติงาน
-งบประมาณไม่เพียงพอด้านการพัฒนาบุคลากร	-จัดอบรมเป็นการภายใน -ปรับรูปแบบการพัฒนาตนเอง
-ทิศทางการทำงานไม่ชัดเจน	-จัดประชุมเชิงปฏิบัติการทบทวนแผนกลยุทธ์ -จัดทำแนวปฏิบัติของกลุ่มงาน และหน่วยงาน
-งานด่วนกระทบงานประจำและการพัฒนา	- ลำดับความสำคัญของงาน
-ขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ	- จัดซื้อจัดจ้างวัสดุอุปกรณ์ให้เพียงพอ ต่อการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
-ความสอดคล้องของการบริหารงานของผู้บริหาร แต่ละระดับ	- ประชุมสร้างความเข้าใจในการดำเนินงาน
-ปริมาณงานมากเกินไปกว่าบุคลากร	- ประชุมกรรมการบริหารกองฯ จัดทำ TOR ให้เหมาะสมกับตำแหน่งงาน และภาระงานที่ได้รับมอบหมาย
-ได้คิดงานใหม่แนวใหม่ ตอบสนองผู้รับบริการ	- ประชุมปรึกษาหารือในที่ประชุม ระดับกลุ่มงาน และ นำเสนอใน คณะกรรมการบริหารเพื่อสร้างงาน ตอบสนองกับความต้องการของผู้รับบริการ
-มีรูปแบบสื่อที่เข้าถึงง่าย	- กลุ่มงานร่วมกันจัดทำสื่อที่ทันสมัย
-มีการอบรมเพื่อพัฒนางาน	- บุคลากรเข้าร่วมอบรม พัฒนาตนเอง ตามสายงาน ที่มหาวิทยาลัยจัดอบรม
-มีการเพิ่มเครือข่ายในการทำงานเพิ่มมากขึ้น	- สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ คณะ/หน่วยงาน องค์กรภายในและภายนอก
-มีสื่อเทคโนโลยีในมือช่วยในการเข้าถึงรวดเร็ว	-จัดทำสื่อที่ทันสมัย ง่ายต่อการเข้าถึง ของบุคคลภายใน และภายนอก อย่างทั่วถึง
-งบประมาณในการดำเนินกิจกรรมที่มากขึ้น	- จัดทำ งบประมาณให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
-ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเห็นความสำคัญของบุคลากรภายในกอง	- ผู้บริหารส่งเสริมสนับสนุน เข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น และสร้างความมั่นคง และขวัญกำลังใจให้กับบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
-การประสานงานความร่วมมือกับงานนอกทั้งในระดับชาติและนานาชาติ	- ผู้บริหารส่งเสริมความร่วมมือ ภายในประเทศและต่างประเทศ

ภาพกิจกรรมการเข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ

เรื่อง จัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ 2564



แบบประเมินความพึงพอใจ ประชุมเชิงปฏิบัติการ
เรื่อง “จัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ 2564”
กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ

ในวันพุธที่ 24 กุมภาพันธ์ 2564 เวลา 08.30-16.30 น.

ณ ห้องประชุมความเป็นเลิศทางนวัตกรรมใหม่ ศูนย์นวัตกรรมใหม่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รายละเอียด	ระดับความพึงพอใจ					N	ค่าเฉลี่ย	S.D	เกณฑ์การประเมิน
	5	4	3	2	1				
1.1 การประชาสัมพันธ์โครงการ ฯ	10	14	5	2	0	31	4.03	0.86	มาก
1.2 ความเหมาะสมของสถานที่	11	12	6	2	0	31	4.03	0.90	มาก
1.3 ความเหมาะสมของระยะเวลา	13	10	6	1	1	31	4.06	1.01	มาก
1.4 ความเหมาะสมของช่วงเวลาที่จัด	10	13	4	3	1	31	3.90	1.06	มาก
1.5 การจัดลำดับขั้นตอนของกิจกรรม	15	14	1	1	0	31	4.39	0.70	มาก
2.1 ความรอบรู้ในเนื้อหาของวิทยากร	26	5	0	0	0	31	4.84	0.37	มากที่สุด
2.2 ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้	21	10	0	0	0	31	4.68	0.47	มากที่สุด
2.3 การตอบคำถาม	21	10	0	0	0	31	4.68	0.47	มากที่สุด
2.4 ความเหมาะสมของวิทยากร ในภาพรวม	21	10	0	0	0	31	4.68	0.47	มากที่สุด
3.1 เอกสาร	9	14	6	1	1	31	3.94	0.95	มาก
3.2 โสตทัศนอุปกรณ์	11	16	4	0	0	31	4.23	0.66	มาก
3.3 เจ้าหน้าที่สนับสนุน	21	5	5	0	0	31	4.52	0.76	มากที่สุด
3.4 อาหาร,เครื่องดื่มและสถานที่	19	9	3	0	0	31	4.52	0.67	มากที่สุด

4.1 ท่านได้รับความรู้ แนวคิด ทักษะ และประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการประชุม	21	10	0	0	0	31	4.68	0.47	มากที่สุด
4.2 ท่านสามารถนำสิ่งที่ได้รับจากประชุม/กิจกรรมนี้ไปใช้ในการเรียน/ การปฏิบัติงาน	15	16	0	0	0	31	4.48	0.50	มาก
4.3 สิ่งที่ท่านได้รับจากประชุม/ กิจกรรมครั้งนี้ตรงตามความคาดหวังของท่านหรือไม่	17	13	1	0	0	31	4.52	0.56	มากที่สุด
4.4 สัดส่วนระหว่างการฝึกอบรมภาคทฤษฎีกับภาคปฏิบัติ (ถ้ามี) มีความเหมาะสม	15	15	1	0	0	31	4.45	0.56	มาก
4.5 ประชุม/กิจกรรมในหลักสูตรเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถของท่านหรือไม่	11	19	1	0	0	31	4.32	0.53	มาก
4.6 ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากโครงการ/กิจกรรม	20	10	1	0	0	31	4.61	0.55	มากที่สุด
รวม	307	225	44	10	3	589	4.40	0.66	มาก

สรุปผลความพึงพอใจของประชุมเชิงปฏิบัติการ

เรื่องการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ 2564

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมโครงการ มีผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 42 คน ตอบแบบสอบถาม 31 คน

1.ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

1.1 การประชาสัมพันธ์โครงการ ฯ เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.03 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

1.2 ความเหมาะสมของสถานที่ เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.03 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

1.3 ความเหมาะสมของระยะเวลา เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.06 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

1.4 ความเหมาะสมของเวลาที่จัด เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.90 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

1.5 การจัดลำดับขั้นตอนของกิจกรรม เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.39 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

2.ด้านวิทยากร

2.1 ความรอบรู้ ในเนื้อหาของวิทยากร เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.84 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

2.2 ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.68ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

2.3 การตอบคำถาม เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.68 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

2.4 ความเหมาะสมของวิทยากร ในภาพรวม เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.68 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

3.ด้านการอำนวยความสะดวก

3.1 เอกสาร เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.94 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

3.2 โสตทัศนูปกรณ์ เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.23 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

3.3 เจ้าหน้าที่สนับสนุน เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.52 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

3.4 อาหาร,เครื่องดื่มและสถานที่ เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.52 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

4.ด้านคุณภาพการให้บริการ

4.1 ท่านได้รับความรู้ แนวคิด ทักษะและประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการประชุม เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.68 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

4.2 ท่านสามารถนำสิ่งที่ได้รับจากประชุม/กิจกรรมนี้ไปใช้ในการเรียน/การปฏิบัติงาน เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.48 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

4.3 สิ่งที่ท่านได้รับจากประชุม/กิจกรรมครั้งนี้ตรงตามความคาดหวังของท่านหรือไม่ เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.52 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

4.4 สัดส่วนระหว่างการฝึกอบรมภาคทฤษฎีกับภาคปฏิบัติ (ถ้ามี) มีความเหมาะสม เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.45 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

4.5 ประชุม/กิจกรรมในหลักสูตรเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้และพัฒนาความสามารถของท่านหรือไม่ เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.32 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มาก

4.6 ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากโครงการ/กิจกรรม เกณฑ์ระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 4.61 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความพึงพอใจ มากที่สุด

5.ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของประชุมเชิงปฏิบัติการ ข้อเสนอแนะในการอบรมครั้งนี้ความพึงพอใจของท่านต่อภาพรวมของประชุมเชิงปฏิบัติการ

5.1 ระยะเวลาของการจัดไม่พอเพียงพอ การจัดทำแผนกลยุทธ์ของกองฯ

5.2 วิทยากรถ่ายทอดความรู้ได้ดีมาก สามารถเข้าใจเรื่องการจัดทำแผนกลยุทธ์

5.3 ควรจัดให้มีระยะในการประชุมเพิ่มขึ้น อย่างน้อย 3 วัน และนอกสถานที่

5.4 ได้ร่วมกำหนดยุทธศาสตร์ของกองฯ

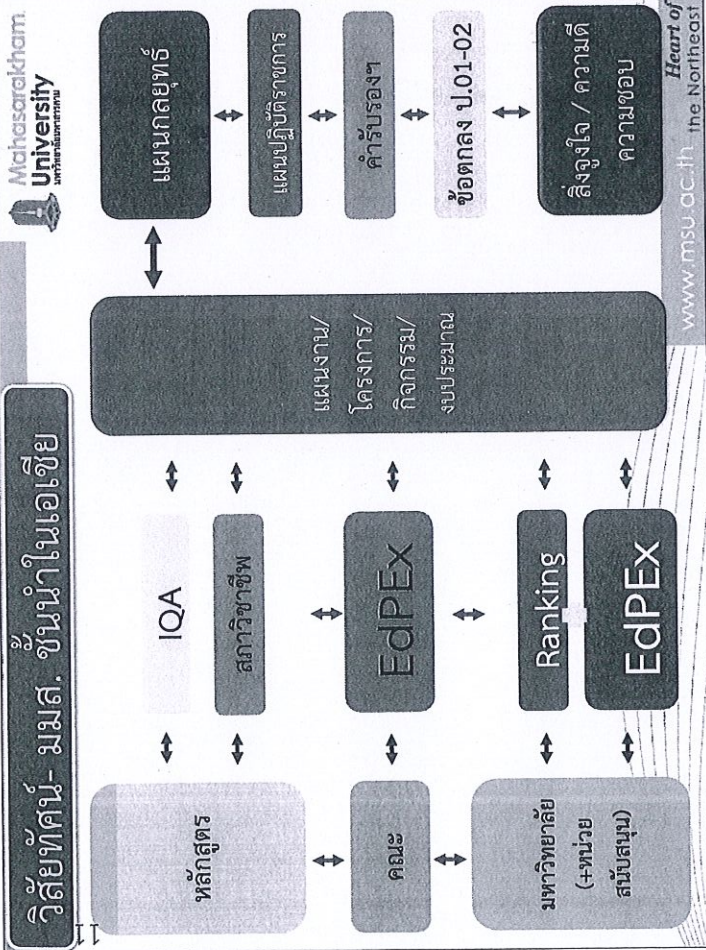
5.5 ได้รับความรู้ และความสัมพันธ์ในกองฯ

5.6 ได้ระดมความคิดเห็นในการ จัดทำ SWOT ร่วมกันกับเพื่อนร่วมงาน

5.7 วิทยากร มีการยกตัวอย่างให้เห็นภาพในการทำงาน เข้าใจง่าย

5.8 วิทยากรถ่ายทอดความรู้ได้ดีเข้าใจง่าย

5.9 ช่วง สภาวะโควิด-19 ควรเลี่ยงการประชุมกลุ่ม



วิทยุทัศน์- มมส. ชำนาญในเอเชีย

หลักสูตร ↔ IQA ↔ สภามหาวิทยาลัย ↔ แผนกลยุทธ์ ↔ แผนปฏิบัติการ ↔ คำรับรองฯ ↔ ข้อตกลง ป.01-02 ↔ สิ่งจูงใจ / ความดีความชอบ

หลักสูตร ↔ คณะ ↔ มหาวิทยาลัย (+หน่วยงานสนับสนุน) ↔ EdIPEX ↔ Ranking ↔ EdIPEX

www.msu.ac.th the Northeast Heart of

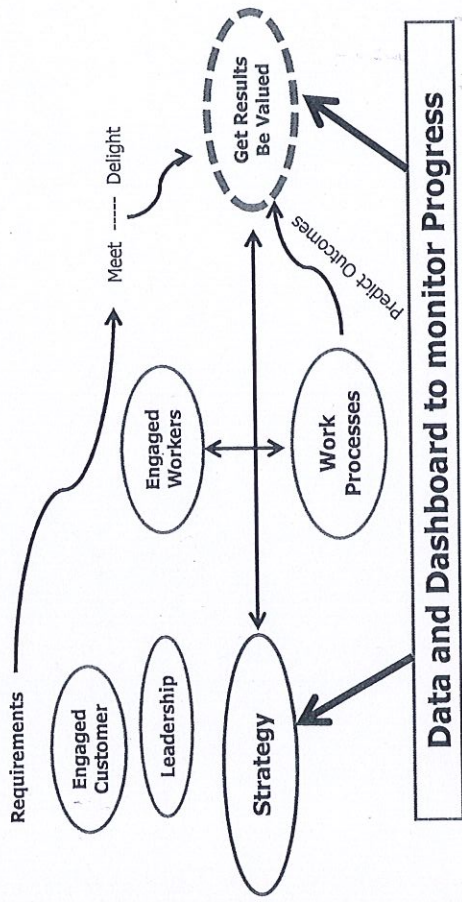
นายกำปนาท อักษร วิทยากรกระบวนการ
 ศูนย์พัฒนาและประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 ตีพิมพ์พัฒนาและประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 ตีพิมพ์พัฒนาและประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 โทรศัพท์ 086-856-2049 face : แจ็ค กำปนาท
 kamphanata@gmail.com

ประสบการณ์ประกันคุณภาพภายในอุดมศึกษา
 มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ,
 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์, มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล, มหาวิทยาลัยการจัดการ
 และเทคโนโลยีอีสต์เทิร์น, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
 สุรินทร์, มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, วิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย, มหาวิทยาลัยนครพนม
 ประสบการณ์บรรยายการประกันคุณภาพการศึกษาดูแลศึกษา
 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตมหาสารคาม,
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์, มหาวิทยาลัยราช
 ภัฏสกลนคร, มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช
 วิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น, มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์, ศูนย์แพทยศาสตร
 ศึกษาศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, มหาวิทยาลัย
 ราชภัฏสุรินทร์, มหาวิทยาลัยนครพนม, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, มหาวิทยาลัย
 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์,
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Wrap up : policy deployment
 -ประสิทธิภาพ/ประสิทธิผล
 -OKR
 -การประเมินโครงการ
 -म्मส. ชำนาญในเอเชีย > (ปี69)
 -ยุทธศาสตร์ มมส. 5 ด้าน
 -องคตพยพ
 -ถาม รู้ ตอบได้
 -ทิศทางกอง ปชส.

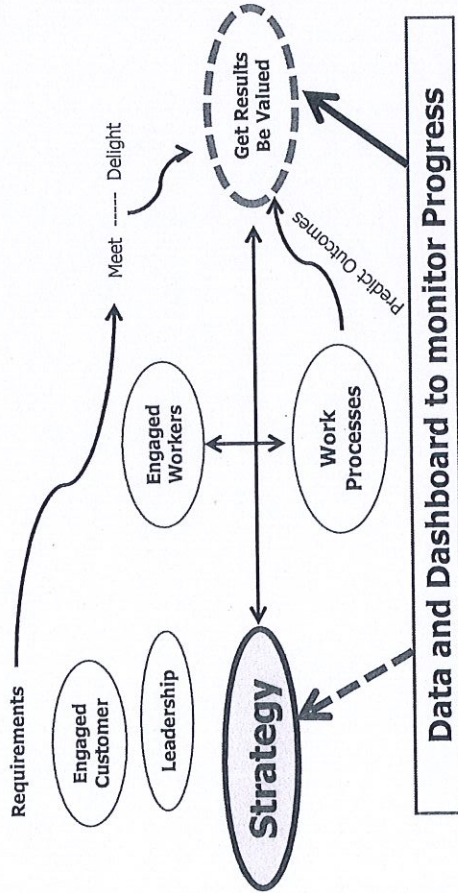
การประชุมเชิงปฏิบัติการ
ทบทวนแผนกลยุทธ์
กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 วันพุธที่ 24 กุมภาพันธ์ 2564 เวลา 08.30-16.30 น.
 ณ ห้องประชุมศูนย์ความเป็นเลิศทางนวัตกรรมใหม่
 โดย กำปนาท อักษร นักวิชาการศึกษาชำนาญการ
 ศูนย์พัฒนาและประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Excellence Framework



- Lesson Plan
- Excellence Framework
- Strategic Planning
- Work Shop

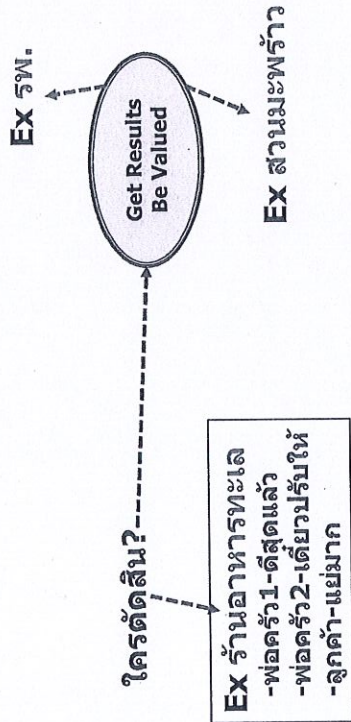
Excellence Framework



Excellence Framework

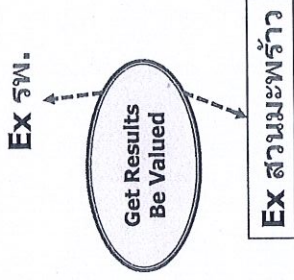
MBNQA>>>TQA/HA/PMQA/SEPA/EPEx

Building the Integrated Management System



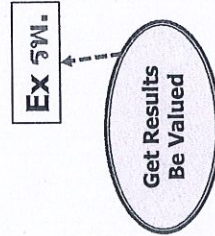
Produce Value, Get Results

Building the Integrated Management System



Produce Value, Get Results

Building the Integrated Management System



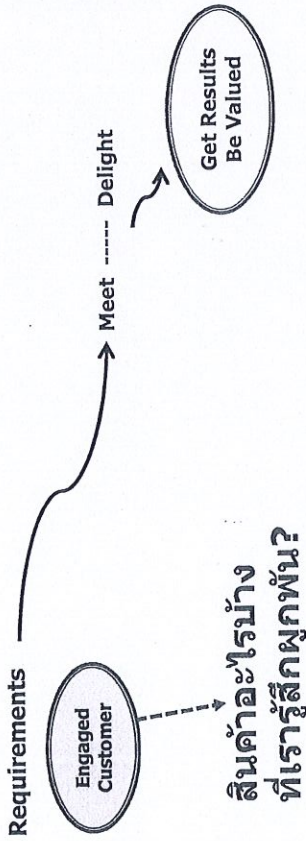
Produce Value, Get Results

Building the Integrated Management System



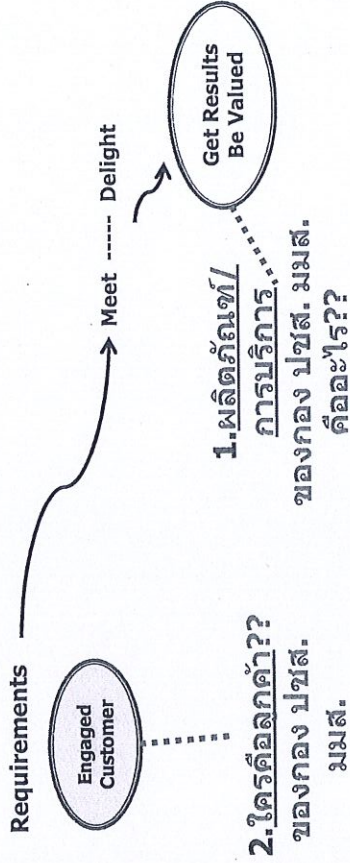
Produce Value, Get Results

Building the Integrated Management System



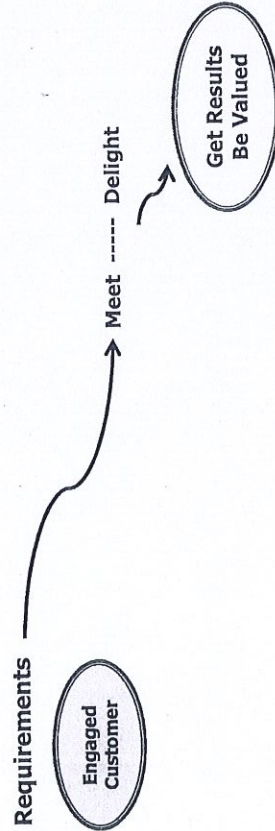
Customer Requirements

Building the Integrated Management System



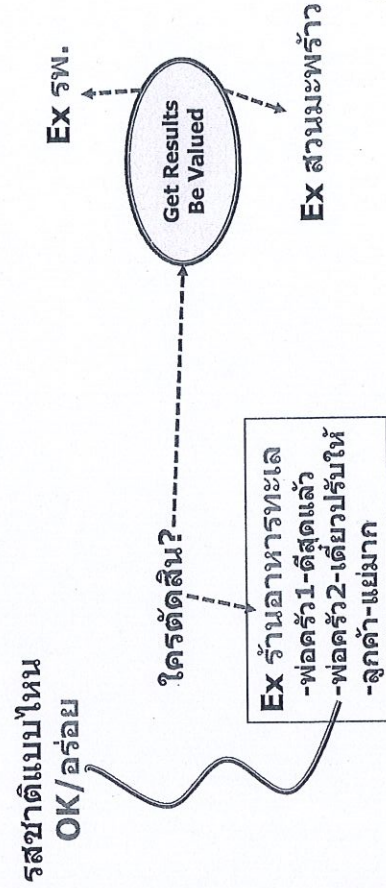
Customer Requirements

Building the Integrated Management System



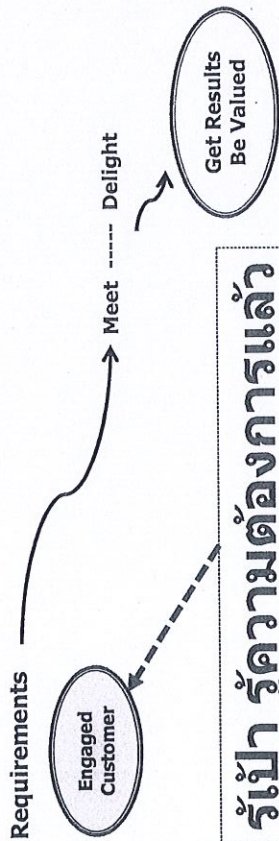
Customer Requirements

Building the Integrated Management System



Produce Value, Get Results

Building the Integrated Management System

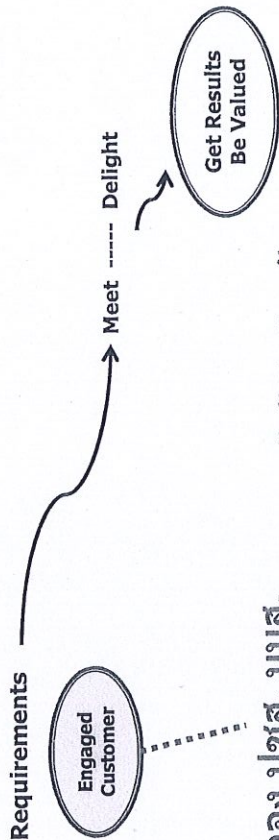


รู้เท่า รู้ความต้องการแล้ว
แล้วยังย้อ?

Customer Requirements

Customer Requirements

Building the Integrated Management System

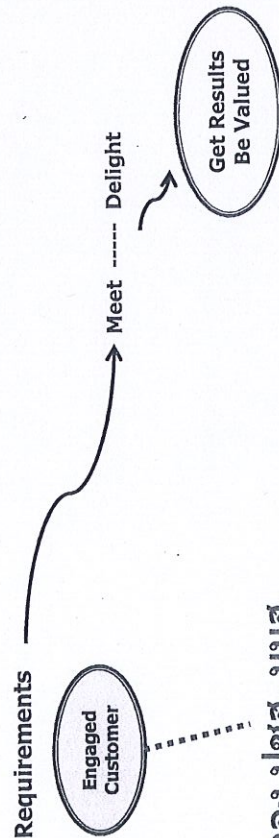


กอง ปชส. มมส.
หา VOC ยังย้อ?? ได้ VOC แล้ว
ทำยังย้อ??

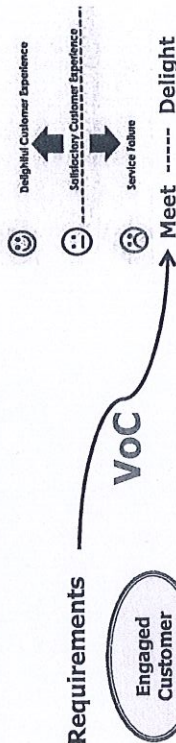
Customer Requirements

Customer Requirements

Building the Integrated Management System



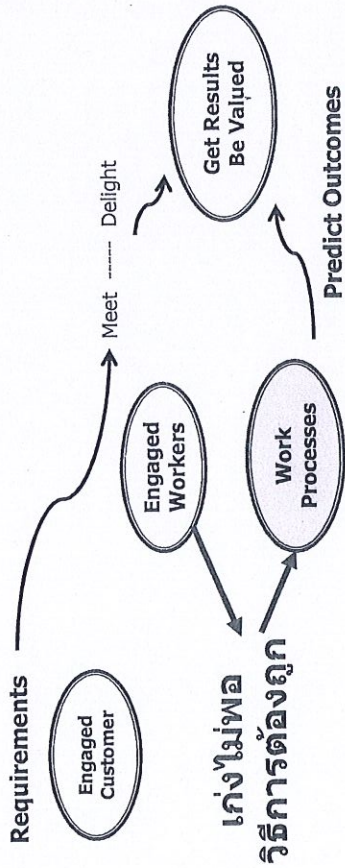
กอง ปชส. มมส.
หา VOC ยังย้อ??



Building the Integrated Management System

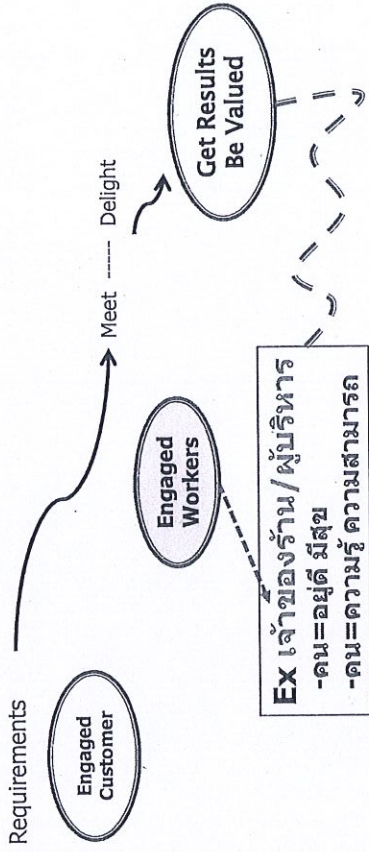
Customer Requirements

Building the Integrated Management System



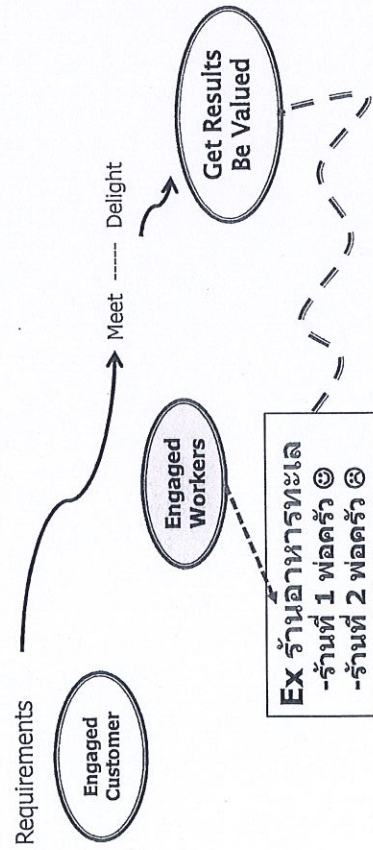
Efficient, Effective Processes

Building the Integrated Management System



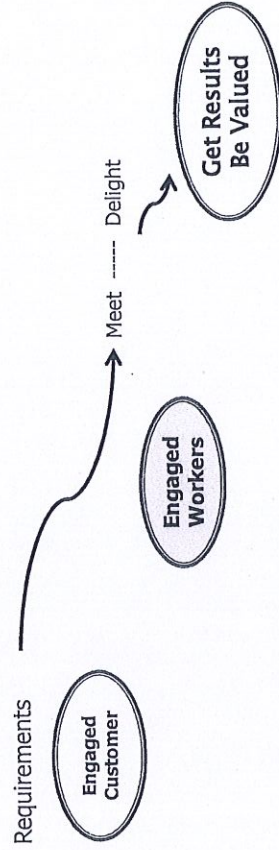
Engaged, Motivated People

Building the Integrated Management System



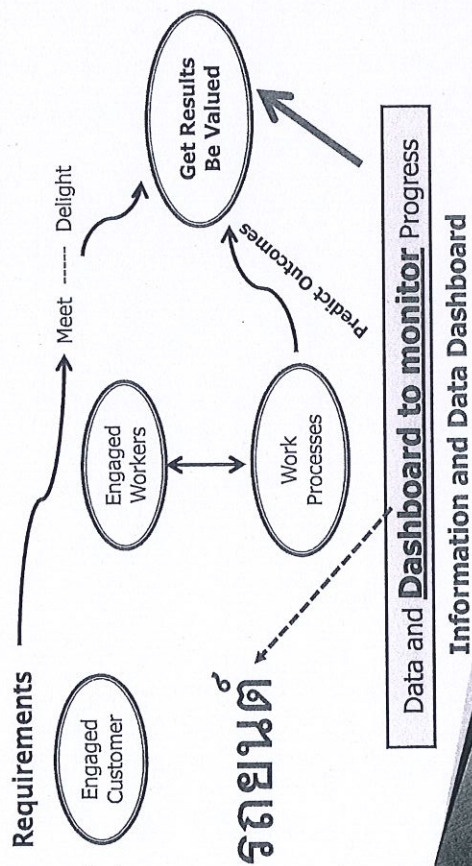
Engaged, Motivated People

Building the Integrated Management System

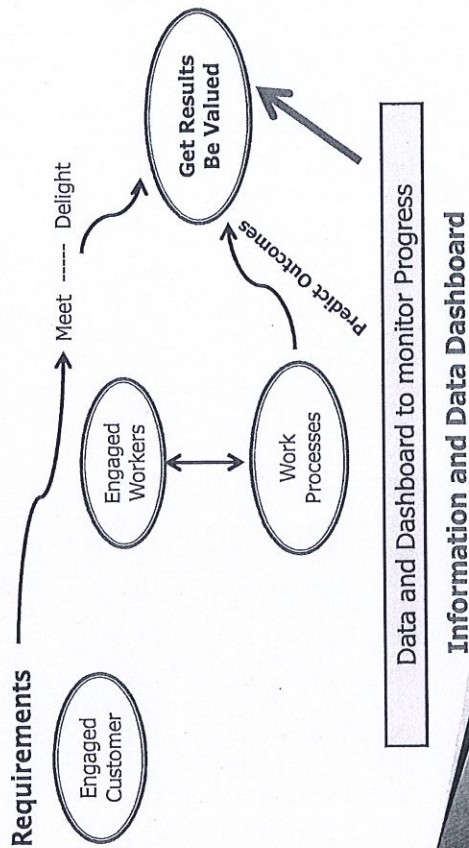


Engaged, Motivated People

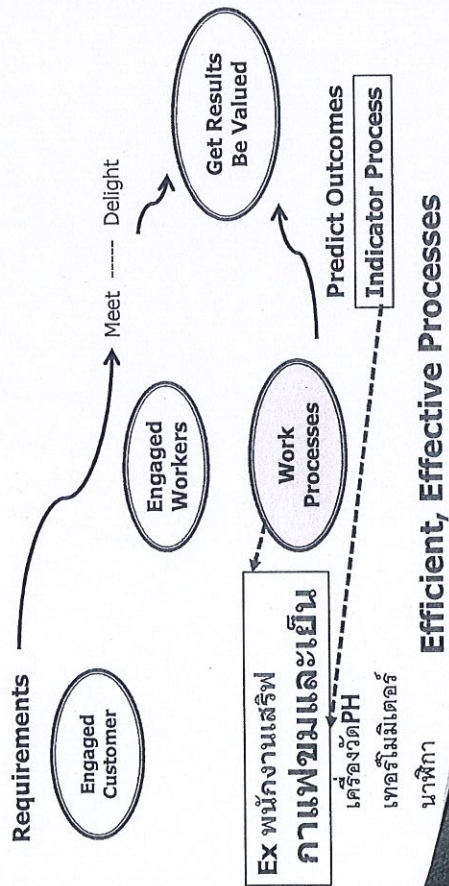
Building the Integrated Management System



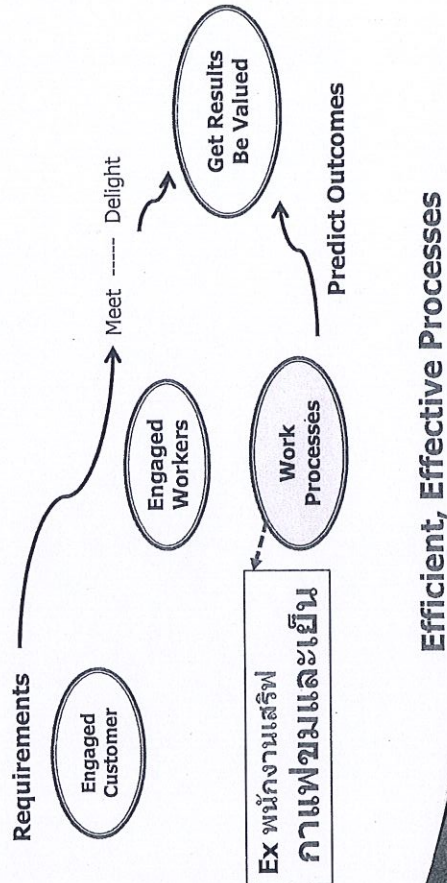
Building the Integrated Management System



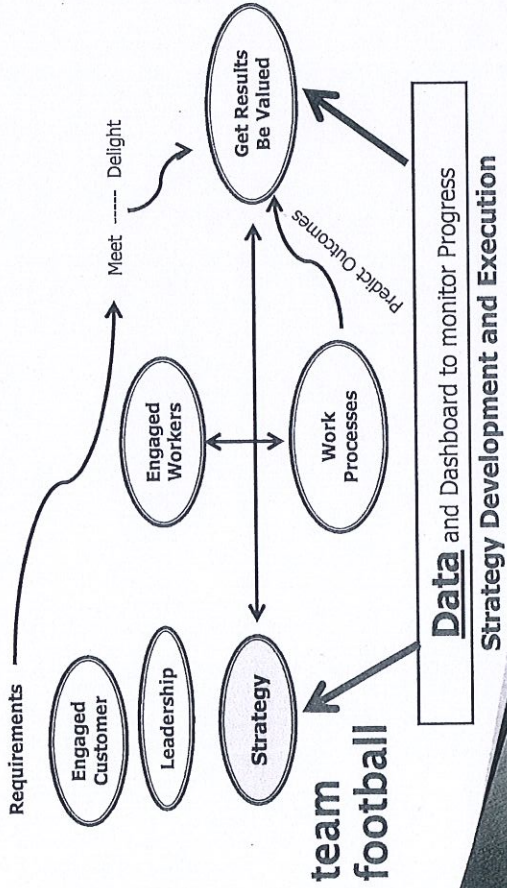
Building the Integrated Management System



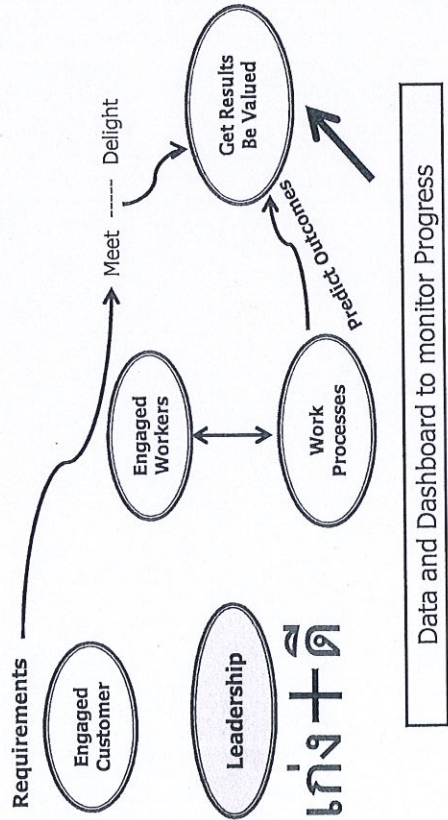
Building the Integrated Management System



Building the Integrated Management System



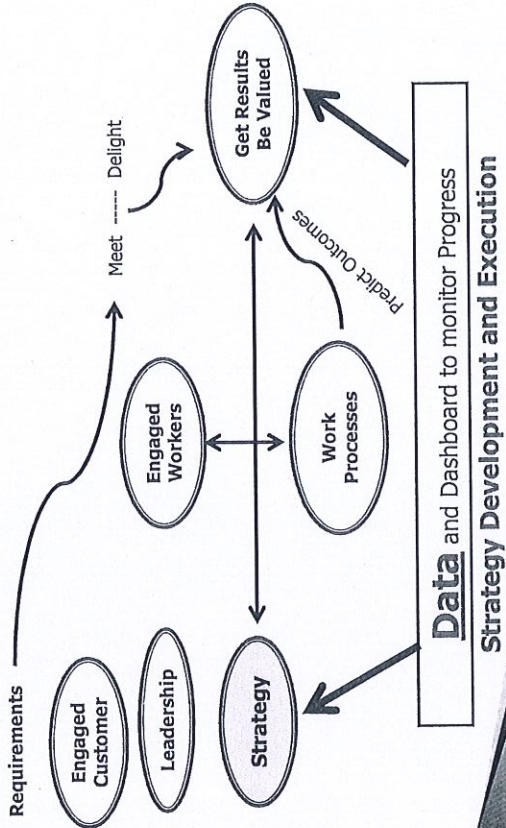
Building the Integrated Management System



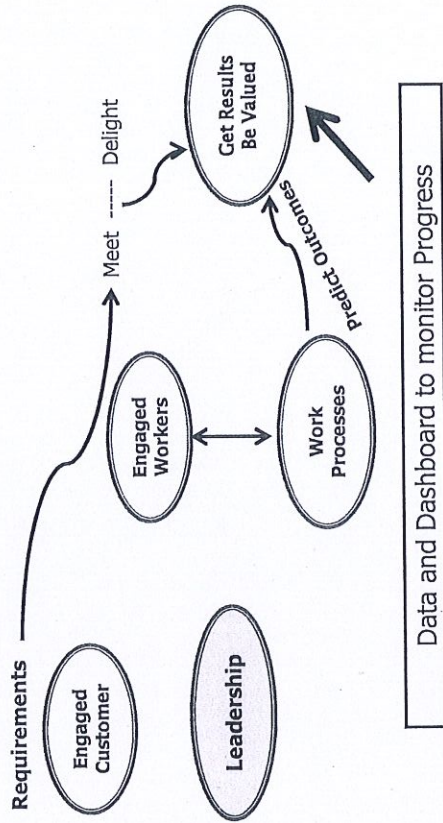
Leadership

Data and Dashboard to monitor Progress

Building the Integrated Management System



Building the Integrated Management System



Leadership

Data and Dashboard to monitor Progress

กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ

กระบวนการหลัก	สินค้า/บริการ	ลูกค้า	VOC
1.			
2.			
3.			
4.			

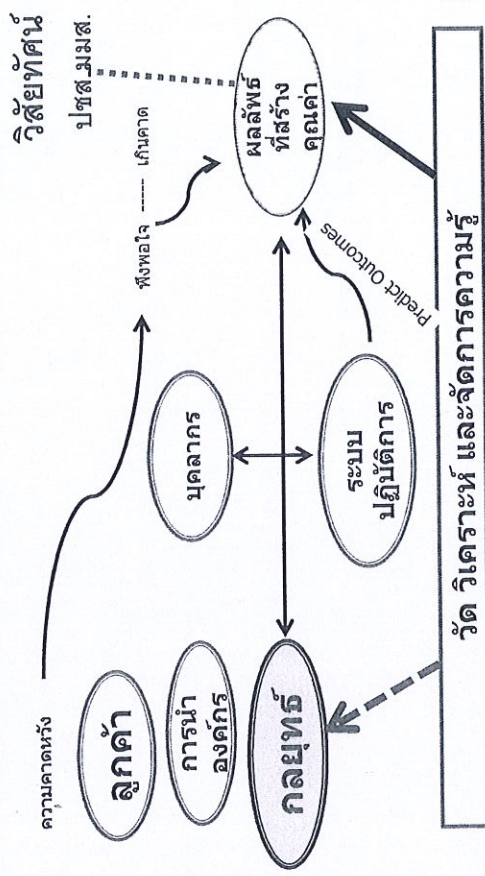
องค์กร	สินค้า/บริการ	ลูกค้า
1.โรงพยาบาล	??	??
2.ธนาคาร	??	??
3.7-11	??	??
4.มหาวิทยาลัย	??	??

VOC

OP รู้เรา เข้าใจตนเอง

- วิสัยทัศน์
- ค่านิยม
- สมรรถนะหลัก
- กลยุทธ์/ยุทธศาสตร์
- กระบวนการที่สำคัญ
- ใครคือลูกค้า
- ความต้องการของลูกค้า

Wrap up : Excellence Framework



Strategic Planning

BMC-กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (24กพ64)

7. Key Partners (หุ้นส่วนหลัก)	6. Key Activities (งานหลักที่ทำ)	1. Value Proposition (คุณค่าที่นำเสนอ)	4. Customer relationships (ความสัมพันธ์ลูกค้า)	2. Customer Segment (กลุ่มลูกค้า)
	5. Key Resource (ทรัพยากรที่มี)		3. Channel (ช่องทางเข้าถึง)	
8. Cost Structure (ต้นทุน)			9. Revenue Streams (รูปแบบรายได้)	

BMC-MSU ตอนที่ 1 การจัดการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม Draft-3-V.17กพ64

7. Key Partners (หุ้นส่วนหลัก)	6. Key Activities (งานหลักที่ทำ)	1. Value Proposition (คุณค่าที่นำเสนอ)	4. Customer relationships (ความสัมพันธ์ลูกค้า)	2. Customer Segment (กลุ่มลูกค้า)
- สถาบันร่วมผลิต ได้แก่ แหล่งฝึกงาน/ฝึกสอน แหล่งผลิตสื่อสิ่งจ/ MOU/ ทุนชุมชน	- พัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตร	- นักศึกษาที่สนใจเรียน	- ค่าธรรมเนียมของโรงเรียน	- นักเรียนชั้น ม.6 ในภาคอีสานและทั่วประเทศ
- สถาบันอุดมศึกษา/IT	- พัฒนา/ปรับปรุงการเรียนการสอน	- นักศึกษาที่มีทักษะ (training)	- ปรึกษา	- นักเรียนชั้น ม.6 ในภาคอีสานและทั่วประเทศ
- สถาบันการศึกษาระดับมัธยม	- พัฒนาหลักสูตร/IT	- ผู้ประกอบการ	- บริการ/ปรับปรุงเนื้อหา	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
- สถาบันด้านการศึกษา/IT	- พัฒนาอาจารย์/สอนพิเศษ	- up-re skill	- กิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
- สถาบันสอน...?..(ชั้นนำของอาชีพ)	- พัฒนาผู้เรียน	- บริการ/ปรับปรุง/สภาพปัจจุบัน	- ฝึกอบรม/ศูนย์	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
- คณาจารย์/ครู (รับมา)	- พัฒนาผู้เรียน	- บริการ/ปรับปรุง/สภาพปัจจุบัน	- ฝึกอบรม/ศูนย์	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
- สถาบัน/ผู้กำหนด/ทิศทางทางการศึกษา	- พัฒนาผู้เรียน	- บริการ/ปรับปรุง/สภาพปัจจุบัน	- ฝึกอบรม/ศูนย์	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
	5. Key Resource (ทรัพยากรที่มี)	3. Channel (ช่องทางเข้าถึง)	- อบรม/สัมมนา	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
	- IT/Hard-soft ware	- อบรม roadshow	- ฝึกอบรม/ศูนย์	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
	- วิทยากร/งานพิมพ์	- เว็บไซต์ (p.ppt.)	- ฝึกอบรม/ศูนย์	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
	- ทุน/อาคาร	- open house	- ฝึกอบรม/ศูนย์	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์/ประสิทธิภาพ	- on site	- ฝึกอบรม/ศูนย์	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
		8. Cost Structure (ต้นทุน)	- ค่าเช่า/ค่าตอบแทนบุคลากร	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
		- ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาบุคลากร	- ค่าเช่า	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
		- ค่าเช่า/ค่าตอบแทนบุคลากร	- ค่า training	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
		- ค่าซ่อมบำรุง	- เงินสนับสนุน	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
		- ค่าเสื่อมราคา	- ค่าเช่า/ค่าตอบแทนบุคลากร	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
		- ค่าอุปกรณ์	- ค่าเช่า/ค่าตอบแทนบุคลากร	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา
		- ค่าวัสดุอุปกรณ์การเรียนการสอน	- ค่าเช่า/ค่าตอบแทนบุคลากร	- นักศึกษา ปวส./อาชีวศึกษา

Business Canvas Model

- Customer Segment (ลูกค้า)**
 - นักเรียน นักศึกษา
 - พนักงานเงินเดือน
 - บริษัท
- Value Propositions (คุณค่าที่นำเสนอ)**
 - บริการที่ตอบโจทย์ ปัญหา
 - บริการที่ตอบโจทย์ ปัญหา
 - บริการที่ตอบโจทย์ ปัญหา
- Channels (ช่องทางเข้าถึง)**
 - งานสัมมนา
 - เว็บไซต์
 - วิทยากร
- Customer Relationships (ความสัมพันธ์)**
 - ความสัมพันธ์ที่ดี
 - บริการที่ตอบโจทย์ ปัญหา
 - Social Media
 - อบรม/สัมมนา
 - งานสัมมนา
- Revenue Streams (รูปแบบรายได้)**
 - ค่าเช่า/ค่าตอบแทนบุคลากร
 - ค่าเช่า
 - ค่า training
 - เงินสนับสนุน
 - ค่าเช่า/ค่าตอบแทนบุคลากร
- Key Partners (พันธมิตร)**
 - Big C - Rimping
 - Lotus - 7-11
 - Top Market - 444
- Key Resources (ทรัพยากรที่มี)**
 - ทีมงาน
 - บริการที่ตอบโจทย์ ปัญหา
 - บริการที่ตอบโจทย์ ปัญหา
 - บริการที่ตอบโจทย์ ปัญหา
- Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน)**
 - ค่าเช่า/ค่าตอบแทนบุคลากร
 - ค่าเช่า
 - ค่า training
 - เงินสนับสนุน
 - ค่าเช่า/ค่าตอบแทนบุคลากร

อยากผสมหุ่นดี

ชีวิตเดิมๆ

1.
2.
3.
4.
5.

ชีวิตวิถีใหม่

1.
2.
3.
4.
5.
6. ++++
7. ++++

Strategic Planning

- ▶ สภาปัจจุบัน
- ▶ อยากเป็นอย่างไร
- ▶ จะไปอย่างไร
- ▶ เมื่อไหร่สำเร็จ

ตามพันธกิจ

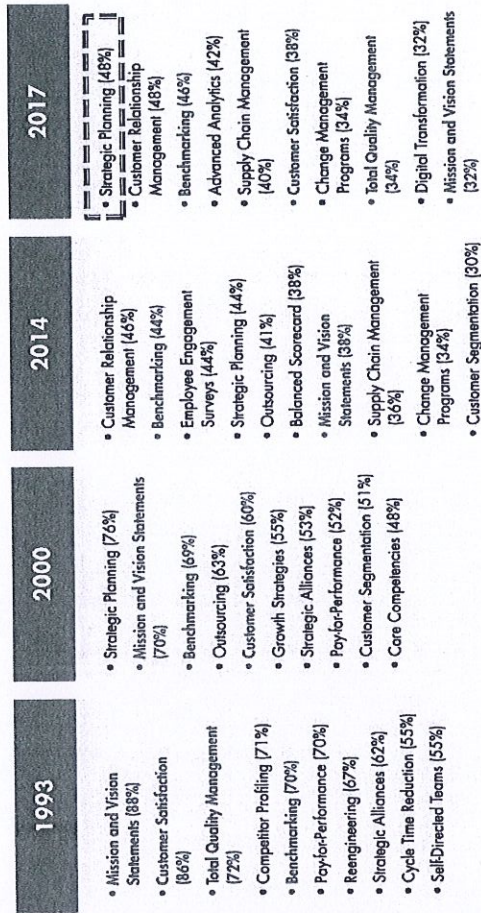
routine

ตามความฝัน

strategic

Figure 2

The top 10 tools have varied over time, though 4 remain from 1993



Note: Tool rankings based on usage
Source: Bain Management Tools & Trends survey, 2017

ขั้นตอนการจัดทำแผนกลยุทธ์

22

- 1) SWOT
- 2) วิสัยทัศน์+ค่านิยม
- 3) แผนที่กลยุทธ์
- 4) ตัวชี้วัดความสำเร็จ
- 5) กิจกรรม/โครงการ
- 6) งบประมาณ

แผนกลยุทธ์

- ▶ สภาพปัจจุบัน-SWOT
- ▶ อยากเป็นอะไร-วิสัยทัศน์
- ▶ จะไปอย่างไร-กลยุทธ์/
โครงการ/กิจกรรม/ตัวชี้วัด/
ผู้รับผิดชอบขับเคลื่อน
- ▶ เมื่อไหร่จะสำเร็จ-ประเมิน

Strategic Planning

- ▶ สภาพปัจจุบัน-อ้วน,รอบเอว
เยอะ
- ▶ อยากเป็นอะไร-ผอมหุ่นดี
- ▶ จะไปอย่างไร-ออกกำลังกาย/
คุมอาหาร/ผ่าตัด
- ▶ เมื่อไหร่จะสำเร็จ-6เดือน

อยากกรวย

ชีวิตเดิมๆ

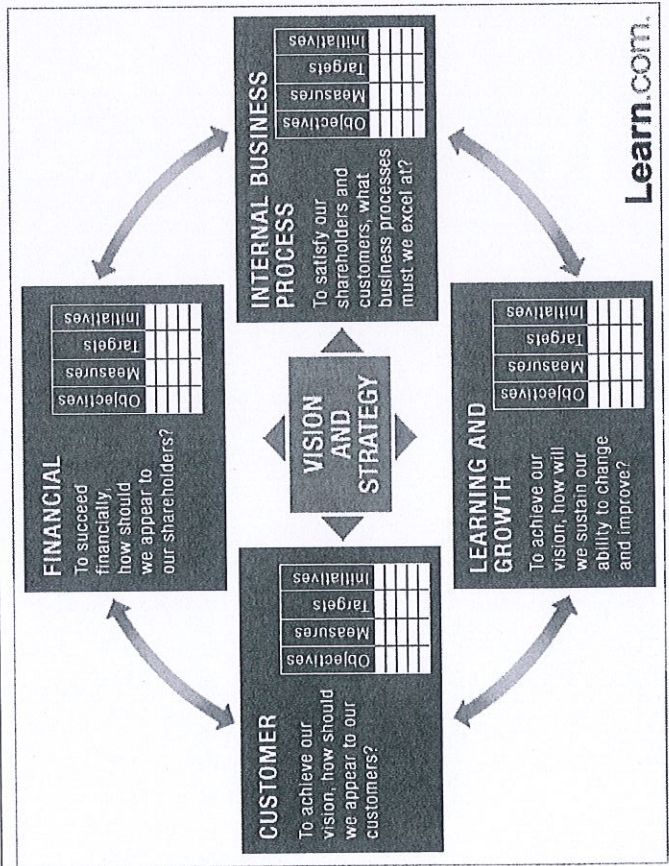
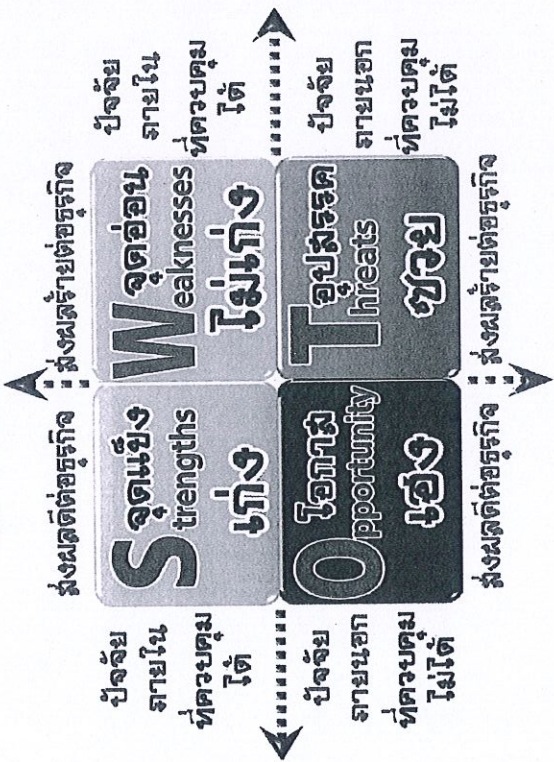
1.
2.
3.
4.
5.

ชีวิตวิถีใหม่

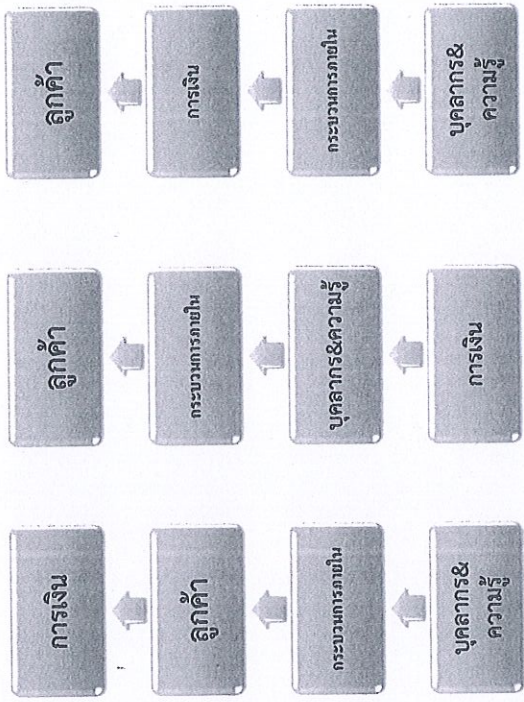
1.
2.
3.
4.
5.
6. ++++
7. ++++

39

SWOT



การจัดเรียงมุมมอง BSC



ขั้นตอนการจัดทำแผนกลยุทธ์

1) SWOT

BSC SWOT matrix

วิสัยทัศน์

ปัจจุบัน

อนาคต

Where we want to be
What we want to be

How to get there

Where we are
What we are doing

WorkShop#1 : สภาพของ ณ วันนี้

จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด
จุดที่			
บุคลากรภายใน			
กระบวนการ			
บุคลากร			
การเงิน			

วิเคราะห์ที่บนพื้นฐานข้อมูล

ขั้นตอนการจัดทำแผนกลยุทธ์

2) วิสัยทัศน์+ค่านิยม

BSC SWOT matrix

จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ข้อจำกัด
ได้รับการยอมรับด้านคุณภาพของบัณฑิต	สัดส่วนตลาดไม่เปลี่ยนแปลง และมีแนวโน้มลดลง	ผลสำรวจพบว่าตลาดแรงงานมีความต้องการบัณฑิตที่จบมาพร้อมกันเพิ่มขึ้นและมีแนวโน้มตลาด	การพัฒนาเทคโนโลยีไปอย่างรวดเร็ว
มีกระบวนการสร้างหลักสูตรใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานได้อย่างรวดเร็ว	- ไม่มีกระบวนการที่ชัดเจนในการตลาด - รมีข้อ ข้นตอนการดำเนินงานซ้ำซ้อนและซับซ้อน		
- ผู้บริหารได้รับการยอมรับและมีระบบนิเทศ - มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญจำนวนมาก	- ไม่สามารถรักษามูลค่าที่มี ความเชี่ยวชาญได้เท่าที่ควร - บุคลากรก้าวหน้าเทคโนโลยีไม่ทัน		
- มีสภาพคล่องทางการเงิน - ไม่มีหนี้สิน - มีกำไรอย่างต่อเนื่อง	ยังไม่สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากสินค้าใหม่	ภาครัฐส่งเสริมให้มีการลงทุนในต่างประเทศ	การเคลื่อนย้ายเงินทุนยังมีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนเงิน

ตัวอย่างวิสัยทัศน์

เป็นบริษัทคอมพิวเตอร์

สำหรับทุกสำนักงาน และ

ทุกบ้านที่ใช้ซอฟต์แวร์

เป็นเครื่องมือ

บริษัท Microsoft

สรุปง่าย ๆ

“วิสัยทัศน์ คือ

**ภาพความล้ำเลิศที่ต้องการ
ในอนาคตขององค์กร”**

“ฝันให้ไกล แล้วไปให้ถึง”

“ฝันไกลไป ไปไม่ถึง”

“ฝันใกล้เกิน เดินก้าวเดียวก็ถึง”

“ฝันคลุมเครือ เซอหลงทาง”

วิสัยทัศน์ คืออะไร

วิสัยทัศน์ (Vision) คือ เป้าหมายขององค์กรในช่วงเวลาระยะกลางถึงระยะยาว (ประมาณ 3-10 ปี) โดยปกติวิสัยทัศน์ที่ดีจะประกอบด้วย

1. เป้าหมายระยะยาว (Stretch goal) เป้าหมายขององค์กรควรเป็น ตำแหน่งขององค์กรที่แตกต่างจากปัจจุบัน แสดงถึงความทะเยอทะยานขององค์กร
2. ตำแหน่งขององค์กรในตลาด (Definition of niche) ตำแหน่งขององค์กรเชิงธุรกิจ ในตลาด
3. ช่วงเวลา (Time horizon) ช่วงเวลาที่เหมาะสม ตามวิสัยทัศน์ บรรลุผลสำเร็จ

ที่มา <http://www.cpl-consult.com>

ตัวอย่างวิสัยทัศน์

“เราให้บริการความ
สะดวกกับทุกชุมชน”

cpall.co.th

ตัวอย่างวิสัยทัศน์

การเป็นกลุ่มบริษัทไทยผู้ผลิต
และจัดจำหน่ายเครื่องดื่ม
ครบวงจรในระดับโลก

บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน)

ตัวอย่างวิสัยทัศน์

เป็นคู่คิด เก่งข้าง
สร้างความมั่นคง
ให้ทุกชีวิต

บริษัท ไทยประกันชีวิต

ตัวอย่างวิสัยทัศน์

ความโดดเด่นในอุตสาหกรรม
การให้บริการด้านอาหารระดับ
โลก ความโดดเด่นระดับโลก

บริษัท McDonald's

วิสัยทัศน์ (Vision) มมส.

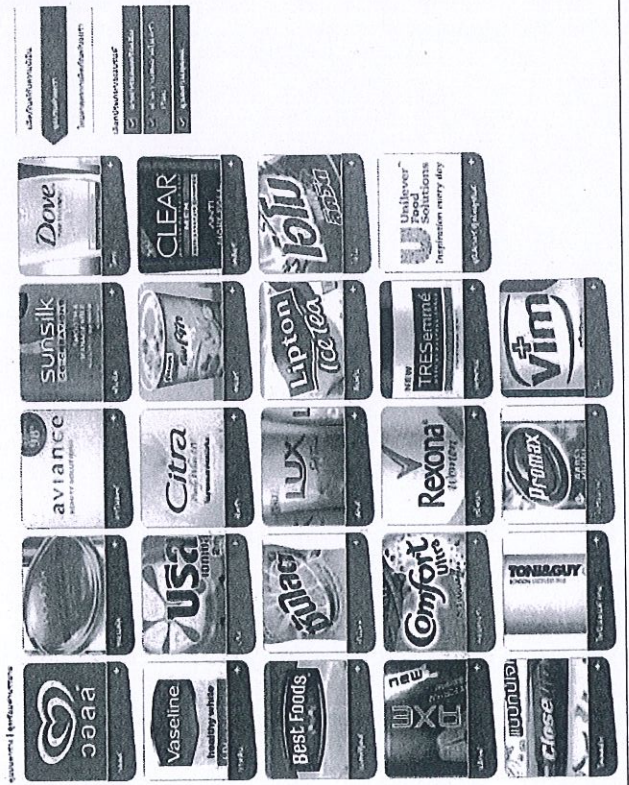
มหาวิทยาลัยชั้นนำของเอเชีย

ตัวอย่างวิสัยทัศน์

<p>จุดขาย</p> <ul style="list-style-type: none"> เสาหลักของแผ่นดิน 	<p>คู่แข่ง ธรรมธราช</p> <ul style="list-style-type: none"> เป็นมหาวิทยาลัยเปิดที่ใช้ระบบการศึกษาทางไกลชั้นนำของโลกให้การตลอดชีวิตสำหรับทุกคน 	<p>นครพนม</p> <ul style="list-style-type: none"> เป็นหนึ่งในมหาวิทยาลัยชั้นนำในอนุภาคลุ่มน้ำโขง 	<p>म्मส.</p>
--	--	---	---------------------

ดูแบรนด์ของเรา

ผลิตภัณฑ์ของเราประกอบด้วยผลิตภัณฑ์กว่า 400 รายการในอีก 20 ประเทศในอีก 20 ภาษา



ตัวอย่างวิสัยทัศน์

ทุกๆ วันผลิตภัณฑ์ของเราสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนมากกว่า 160 ล้านคน ไม่ว่าจะรู้สึกดีเพราะมีผมสวย เป็นประกายและรอยยิ้มที่สดใส มีบ้านที่สะอาด หรือมีความสุขกับรสชาติเยี่ยมสักถ้วย ไปจนถึงอาหารที่เอร็ดอร่อย และของว่างที่ดีต่อสุขภาพ

Unilever

ตัวอย่างคำนิยม

Six Core Values 6 ประการ ที่ทุกคนยึดถือ "ได้แก่"

1. ประโยชน์ 3 ประการ (3 Benefits) คือ ทำเพื่อประโยชน์ของ ประเทศชาติ, ประโยชน์ของประชาชน และประโยชน์ของบริษัท
2. ทำเร็วและมีคุณภาพ(Speed & Quality)
3. ทำเรื่องยากเป็นเรื่องง่าย (Simplification)
4. ยอมรับการเปลี่ยนแปลง(Accept Change)
5. สร้างสรรค์สิ่งใหม่(Innovativeness)
6. มีคุณธรรมและความซื่อสัตย์(Integrity & Honesty)



ตัวอย่างคำนิยม

- M = Mastery เป็นผู้ฉลาดรอบรู้
A = Altruism ไม่เห็นแก่ตัว ทำประโยชน์แก่ผู้อื่นโดยไม่หวังผลตอบแทน
H = Harmony มีความเป็นเอกภาพ ประสานเป็นหนึ่งในเดียว
I = Integrity มีความซื่อสัตย์ มั่นคงในคุณธรรม
D = Determination มีความมุ่งมั่น ตั้งใจ มุมานะ
O = Originality มีความคิดริเริ่ม แปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร
L = Leadership มีความเป็นผู้นำ

รับ. <http://mahidoluniversity.wordpress.com>

วิสัยทัศน์
Vision
+
คำนิยม
Values

WorkShop#2 : วิสัยทัศน์กอง

วิสัยทัศน์ (Vision) มมส.

มหาวิทยาลัยชั้นนำของเอเชีย

วิสัยทัศน์ (Vision) กอง ปชส.มมส.

??????????

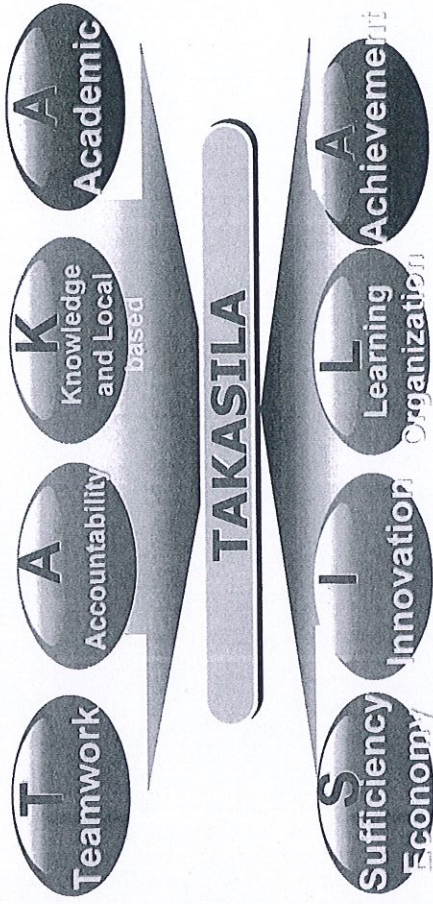
WorkShop#3 : ค่านิยมกอง

วิสัยทัศน์ (Vision) กอง ปชส.มมส.

ค่านิยม (Values) กอง ปชส.มมส.

ค่านิยมองค์กร (Values) มมส.

ค่านิยมของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม



ตัวอย่างค่านิยม

- S-Synergy
- P-Performance Excellence
- I-Innovation
- R-Responsibilities for Society

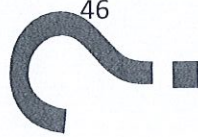


- I-Integrity & Ethics
- T-Trust & Respect

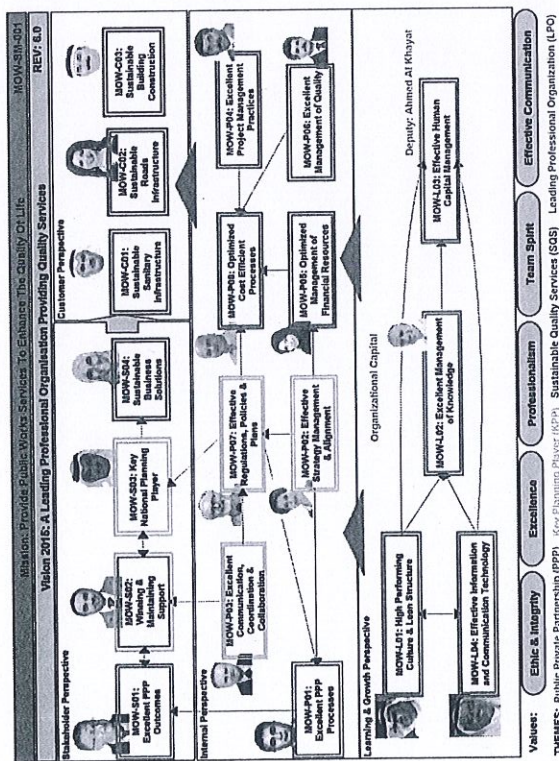


ตัวอย่างค่านิยม

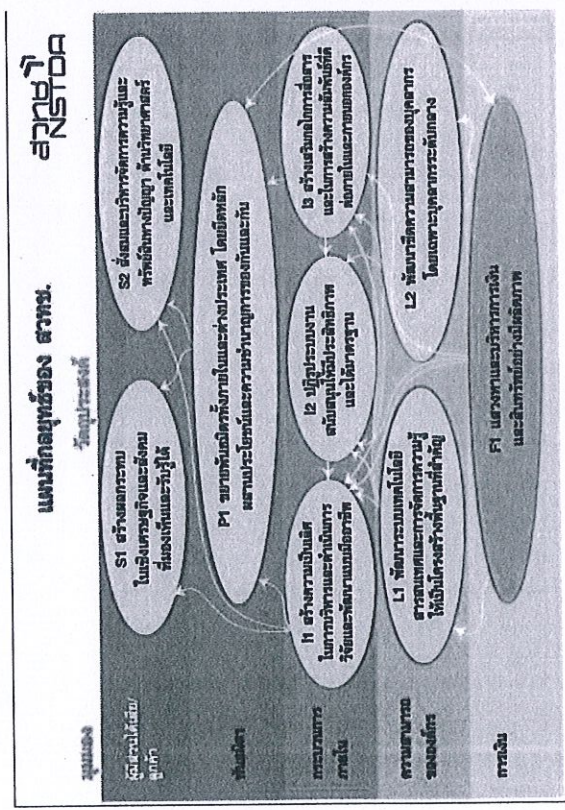
- ตั้งมั่นในความเป็นธรรม
- มุ่งมั่นในความเป็นเลิศ
- เชื่อมั่นในคุณค่าของคน
- ตั้งมั่นในความรับผิดชอบต่อสังคม



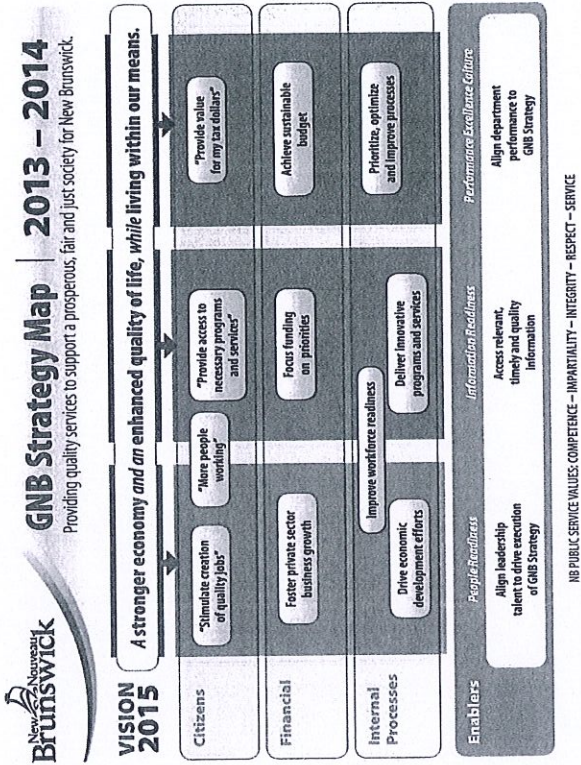
ตัวอย่างแผนที่กลยุทธ์ Strategy Map



ตัวอย่างแผนที่กลยุทธ์ Strategy Map



ตัวอย่างแผนที่กลยุทธ์ Strategy Map



ขั้นตอนการจัดทำแผนกลยุทธ์ 3) แผนที่กลยุทธ์ strategy map

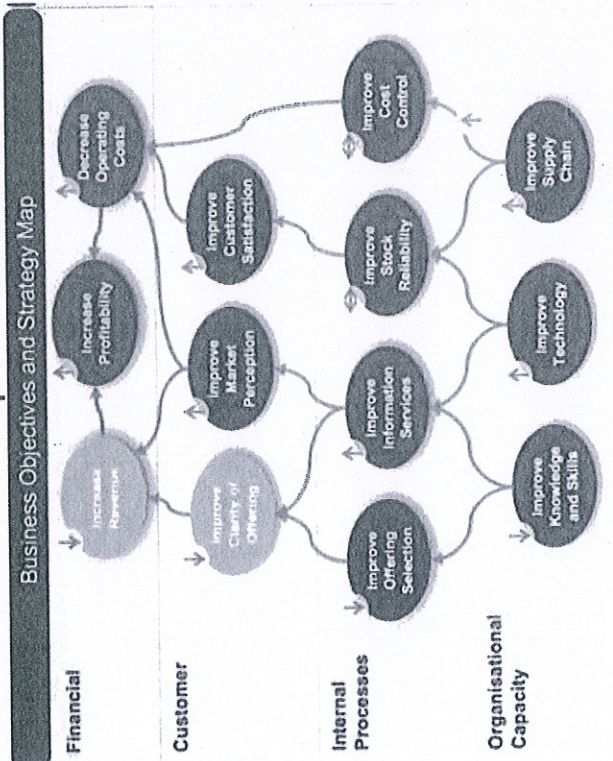
WorkShop#4 : แผนที่กลยุทธ์ของ ประเด็นที่ พชส.มมส. ต้องเปลี่ยนแปลง

ปัจจุบัน (จุดอ่อน)	ประเด็น (BSC ด้าน)	อนาคต
ผลสำรวจพบว่าตลาดแรงงานมีความต้องการบัณฑิตที่สามารถทำงานเป็นทีม และมีแนวคิดสากล		
ระบียบ ขั้นตอนการทำงานซ้ำซ้อนและซับซ้อน		

อนาคต : ขึ้นต้น ทริยา

นำข้อมูลจาก BSC SWOT matrix

ตัวอย่างแผนที่กลยุทธ์ Strategy Map



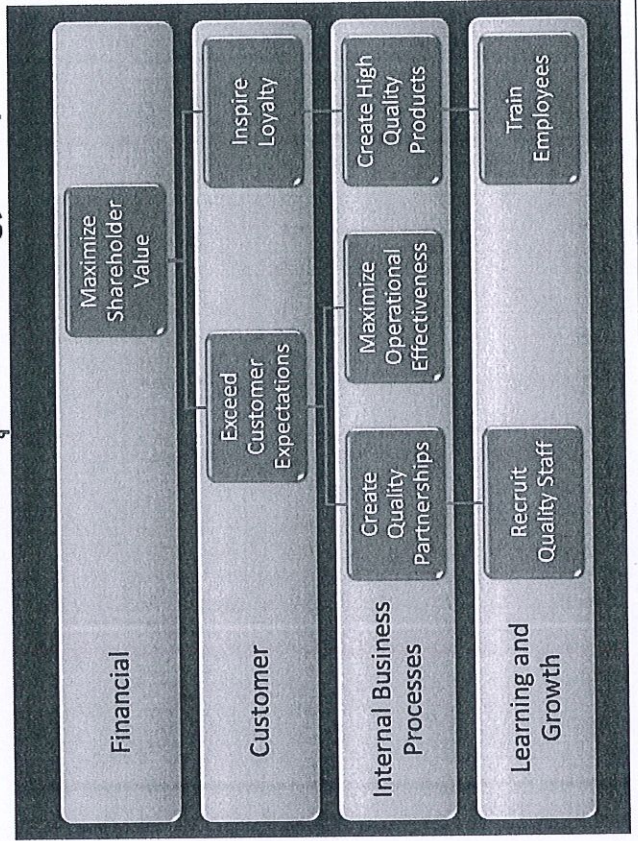
ประเด็นที่ต้องเปลี่ยนแปลง

ปัจจุบัน (จุดอ่อน)	ประเด็น (BSC ด้าน)	อนาคต
ผลสำรวจพบว่าตลาดแรงงานมีความต้องการบัณฑิตที่สามารถทำงานเป็นทีม และมีแนวคิดสากล	ลูกค้า	พัฒนาหลักสูตรร่วมกับผู้ประกอบการ
ระบียบ ขั้นตอนการทำงานซ้ำซ้อนและซับซ้อน	กระบวนการทำงาน	- พัฒนาการของการทำงานที่เป็นมาตรฐานและนำไปใช้ให้เกิดการปฏิบัติ - สร้างระบบ Business Intelligence
ไม่สามารถรักษานักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญได้เท่าที่ควร	บุคลากร	- สร้างระบบการบริหารบุคลากรให้ทันสมัย ร่วมทั้งระบบการพิจารณาผลตอบแทน - พัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงานทั้งทางกายภาพและบรรยากาศ - พัฒนาทักษะการทำงานให้เกิดความชำนาญ

อนาคต : ขึ้นต้น ทริยา

นำข้อมูลจาก BSC SWOT matrix

ตัวอย่างแผนที่กลยุทธ์ Strategy Map



32 ตัวอย่างตัวชี้วัดและเป้าหมาย

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	โครงการเชิงกลยุทธ์	งบประมาณเชิงกลยุทธ์
F1 บริหารจัดการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ	- ร้อยละของภารกิจซึ่งงบประมาณ - ร้อยละของงบประมาณที่สามารภ ประหยัดได้	96 10		
F2 เติบโตอย่างมั่นคง	- รายได้รวม - ร้อยละของกำไรต่อรายได้รวม	100ลบ 15		
F3 บริหารสัดส่วนรายได้อย่างมั่นคง	- รายได้ของหลักสุตรใหม่ที่เกิดจากความ ต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	10ลบ		
S1 ได้รับการยอมรับจากผู้ใช้ ส่วนได้ส่วนเสีย	- ร้อยละของบัณฑิตที่ได้รับการเลื่อน ตำแหน่งใน 3 ปี	40		
S2 ให้บริการเชิงรุก	- จำนวนนักศึกษาใหม่	5000		
S3 เก็บคุณค่าให้กับ ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	- จำนวนหลักสูตรใหม่ที่เกิดจากความ ต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	5		

ชื่อตำแหน่ง	
หน่วยงาน	
ตำแหน่ง	
นาม	

ขั้นตอนการจัดทำแผนกลยุทธ์

- 4) ตัวชี้วัดความสำเร็จ
- 5) กิจกรรม/โครงการ
- 6) งบประมาณ

WorkShop#4 : แผนกลยุทธ์ของ

แผนที่กลยุทธ์ Strategy Map

นำข้อมูลในช่อง “อนาคต”

จากตาราง

“ประเด็นที่ต้องเปลี่ยนแปลง”

มาลงในมิติของ BSC

(ควรมี 8-25 วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์)

ร่วมก่อสร้างสรรค์ พัฒนา ศูนย์พัฒนาและประกันคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

www.qa.msu.ac.th

ทีมปณท ภาษา อาษา 086-8562049

<https://www.facebook.com/jackkpn.ac>

Workshop#5 ตัวชี้วัด เป้าหมาย โครงการ งบประมาณ

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	โครงการ เชิงกลยุทธ์	งบประมาณ เชิงกลยุทธ์
-------------------------	-----------	----------	------------------------	-------------------------

ตัวอย่างตัวชี้วัดและเป้าหมาย

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	โครงการเชิง กลยุทธ์	งบประมาณ เชิงกลยุทธ์
P1 สร้างค่านิยมองค์กรที่ สนับสนุนกลยุทธ์	-ระดับการรับรู้เรื่องค่านิยมองค์กร	3		
P2 ส่งเสริมให้บุคลากรมีความ พร้อม	-ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการ ฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง -ร้อยละของบุคลากรที่มีคุณวุฒิสูงขึ้น ตำแหน่งทางวิชาการสูงขึ้น	80 30 50		
P3 สนับสนุนให้นำเทคโนโลยี มาใช้ในการเรียนการสอนและ การบริหาร	-จำนวนครั้งที่มีการถ่ายทอด -ร้อยละของจำนวนพนักงานที่ใช้ระบบที่ พัฒนา	80 3		

ตัวอย่างตัวชี้วัดและเป้าหมาย

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย	โครงการเชิง กลยุทธ์	งบประมาณ เชิงกลยุทธ์
11 ยกระดับคุณภาพการ ให้บริการ	-ระดับความพึงพอใจในการดำเนินการตาม customer service excellence	3		
12 พัฒนาระบบการบริหาร จัดการภายในให้มี ประสิทธิภาพ	-ร้อยละของความรู้ความก้าวหน้าในการทำงาน แต่ละแผนงานโครงการ ภายใน กำหนดเวลา -ร้อยละของความสำเร็จในการทำงาน	90 90		
13 สร้างวิธีการและรูปแบบ การเรียนรู้	-จำนวนวิธีการและรูปแบบการเรียนรู้	5		
14 ดำเนินการแผนการตลาด เชิงรุก	-ร้อยละความสำเร็จในการดำเนิน แผนการตลาด	90		

การประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ
ประจำปีงบประมาณ 2564 กองประชาสัมพันธ์และกิจการต่างประเทศ

51

ในวันพุธที่ 24 กุมภาพันธ์ 2564 เวลา 08.30-16.30 น.

ณ ห้องประชุมความเป็นเลิศทางนวัตกรรมใหม่ ศูนย์นวัตกรรมใหม่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ภาคเช้า	ภาคบ่าย
1	ศาสตราจารย์อณรงค์ฤทธิ์ แข็งแรง	รองอธิการบดีฝ่ายโครงสร้างพื้นฐาน วิจัย และนวัตกรรม		
2	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พีระ พันธุ์ท้าว	ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายประชาสัมพันธ์ และกิจการต่างประเทศ		
3	นายกัมปนาท อาษา	นักวิชาการศึกษาชำนาญการ (วิทยากร)		
4	นางณัฐยา จอมพุดธา	ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์ และกิจการต่างประเทศ		

งานบริหารทั่วไป

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ภาคเช้า	ภาคบ่าย
5	นางมณีนรัตน์ โชคแสน	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป		
6	นางนาถลดา ศิริสำราญ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป		
7	นางไพจิตร รัตนมาลา	ผู้ปฏิบัติงานบริหาร		
8	นางอรปภา แจ่มสุวรรณ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป		
9	นายอรรถพล อรรถเวทิน	นักวิชาการศึกษา		
10	นางสาวสุพรพรรณ วรรณภักดี	นักวิชาการเงินและบัญชี		
11	นางอัจฉรา ภามนตรี	ผู้ปฏิบัติงานบริหาร		

กลุ่มงานประชาสัมพันธ์และมวลชนสัมพันธ์

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ภาคเช้า	ภาคบ่าย
12	นางปิยะฉัตร ธนภัทรธวานันท์	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ		
13	นางจุฑามาศ ภิญญาศรี	นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการ		
14	นางสินีนากู พรั่งพร้อมกุล	นักประชาสัมพันธ์		
15	นายแสงเทียน วงษาเวียง	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา		
16	นายวีรชา บุตรมาตย์	นักวิชาการช่างศิลป์		
17	นางสาวบุณยพริกา ภูผาหลวง	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ		
18	นายอภิราม ทามแก้ว	นักประชาสัมพันธ์		
19	นายอธิษฐ์ เชิญขวัญชัย	นักประชาสัมพันธ์		
20	นางสาวจารุภาภัทร บุตรสิมมา	นักประชาสัมพันธ์		
21	นายธานินทร์ หงษา	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา		
22	นายกิตติคุณ ปิ่นสุวรรณ	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา		
23	นางสาวกมลน ปฐมวณิชกุล	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา		

งานสถานีวิจัยกระจายเสียง

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ลายมือชื่อ	หมายเหตุ
24	นายวิจิต ขาวะหา	นักวิชาการโสตทัศนศึกษาปฏิบัติการ		
25	นายแสนศักดิ์ ชันทอง	นักประชาสัมพันธ์		
26	นายสุวัฒน์ วิมลชัยฤกษ์	ผู้ปฏิบัติงานโสตทัศนศึกษา		
27	นางสาวอังศนา ทวยภา	ผู้ปฏิบัติงานโสตทัศนศึกษา		
28	นายชาญชัย ธรรมสาร	ช่างเทคนิค		
29	นายจิรายุทธ สีดา	ช่างเทคนิค		

งานโทรทัศน์

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ภาคเช้า	ภาคบ่าย
30	นายระวุฒิ ภาমনตรี	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา		
31	นางสาวณัฐริดา เพ็ชรใต้	นักประชาสัมพันธ์		
32	นายไตรภพ น้อยวิมล	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา		
33	นายธนัญกรณ์ ไตรพิพัฒน์	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา		
34	นายพงศธร ทิพย์โกมล	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา		
35	นายวีระชน ขุนนอก	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา		

กลุ่มงานกิจการต่างประเทศ

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ภาคเช้า	ภาคบ่าย
36	นางสาวศิริเมอร ประทุมทิพย์	นักวิเทศสัมพันธ์		
37	นางสาวจิรนนท์ สุทธิจันทร์	นักวิเทศสัมพันธ์		
38	นางพักรัตน์ไพไล น้อยวิมล	นักวิเทศสัมพันธ์		
39	นางสาวสุพันธ์ณี ศรีเสนา	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป		
40	นางชลิพร อนุฤทธิ์	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป		
41	นางสาวพรรณวาท เดชชัย	นักวิเทศสัมพันธ์		
42	นางสาวกัลยกร ชูคันทอม	นักวิเทศสัมพันธ์		