



แผนปฏิบัติการประจำปีการศึกษา ๒๕๖๓
กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ชื่อส่วนงาน ที่ตั้ง และประวัติความเป็นมาโดยย่อ

ชื่อส่วนงาน

กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

สถานที่ตั้ง

ห้อง ๑๐๑ ชั้น ๑ อาคารสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

โทร. ๐๓๕-๒๔๘-๐๐๐ E-mail : cadmcbu01@gmail.com

ประวัติความเป็นมา

กองสื่อสารองค์กร เป็นส่วนงานหนึ่งที่สังกัดอยู่ในสำนักงานอธิการบดี ตามมติสภามหาวิทยาลัย

ในคราวประชุมครั้งที่ ๘/๒๕๕๖ เมื่อวันที่ ๒๕ กันยายน พ.ศ. ๒๕๕๖ ข้อ ๑.๙ จึงออกประกาศไว้มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่องการแบ่งส่วนงาน พ.ศ. ๒๕๕๗ ลงวันที่ ๒๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ โดยมีส่วนงานในกองสื่อสารองค์กร ตามประกาศมหาวิทยาลัยว่าด้วยเรื่อง ภารกิจ อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของส่วนงานในมหาวิทยาลัย ลงวันที่ ๒๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๕๗ จึงมีการกำหนดกลุ่มงานแบ่งออกเป็น ๓ กลุ่มงาน ดังนี้:-

๑. กลุ่มงานฐานข้อมูล
๒. กลุ่มงานสื่อสิ่งพิมพ์
๓. กลุ่มงานนวัตกรรมและเทคโนโลยี

กองสื่อสารองค์กร มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับงานสื่อสารทำความเข้าใจและประชาสัมพันธ์งานของมหาวิทยาลัยแก่บุคลากรมหาวิทยาลัยและบุคคลภายนอก โดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

๑) กลุ่มงานฐานข้อมูลสื่อสารองค์กร ปฏิบัติงานรวบรวมข้อมูลสารสนเทศของส่วนงานต่างๆ เพื่อจัดทำเป็นระบบฐานข้อมูลในการเผยแพร่ภายในและภายนอกองค์กร และปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

๒) กลุ่มงานสื่อสารสิ่งพิมพ์ปฏิบัติงานกำหนดรูปแบบและทิศทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบต่างๆ และปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

๓) กลุ่มงานนวัตกรรมและเทคโนโลยี ปฏิบัติงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ กิจกรรมของมหาวิทยาลัย ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย อุปกรณ์สื่อใหม่และปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

๑.๒ วิสัยทัศน์ ค่านิยมและพันธกิจ

วิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ : หน่วยงานสื่อสารองค์กรแก่บุคลากรของมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพ

VISION: DIVISION FOR THE EFFECTIVE ORGANIZATION COMMUNICATION TO THE UNIVERSITY'S PERSONNEL

ค่านิยม

ทันเหตุการณ์ สื่อสารทันสมัย สร้างการรับรู้ฉับไว ครอบคลุมไปทั่วทั้งองค์กร

พันธกิจ

- ๑) ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง
- ๒) มีการสร้างเครือข่ายสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
- ๓) สนับสนุนและประสานงานกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยด้านการประชาสัมพันธ์
- ๔) ผลิตสื่อที่หลากหลายเพื่อสร้าง ความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิตและสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย
- ๕) เพิ่มศักยภาพและความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์

หลักการและเหตุผล

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล โดยสถานภาพและวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นสถานศึกษาและวิจัย มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาวิจัยส่งเสริมและให้บริการทางพระพุทธศาสนาแก่พระภิกษุสามเณรและคฤหัสถ์ รวมทั้งการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และดำเนินการตามพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัยทั้ง ๕ ด้าน คือ

- ๑) ผลิตบัณฑิต

- ๒) ส่งเสริมการศึกษาค้นคว้าวิจัยให้ก้าวไปสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการด้านพระพุทธศาสนา
- ๓) ให้บริการวิชาการในรูปแบบที่หลากหลาย
- ๔) ส่งเสริมการศึกษามหาบัณฑิตทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมในประชาคมโลกด้านพระพุทธศาสนา
- ๕) บริการและพัฒนาบุคลากรโดยยึดหลักการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพตามหลัก
ธรรมาภิบาล

การดำเนินการของมหาวิทยาลัยเพื่อให้บรรลุพันธกิจข้างต้นได้นั้น จะต้องได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากหลายฝ่าย ทั้งบุคลากรภายในของมหาวิทยาลัยเอง ส่วนราชการต่าง ๆ ฝ่ายการเมืองพระสังฆาธิการ พระสงฆ์ ประชาชนและสื่อมวลชนทั่วไปการสื่อสารองค์กรจะช่วยให้กลุ่มบุคคลข้างต้นเกิดภาพพจน์ที่ดี มีความเข้าใจในแนวทางดำเนินการโครงการ/เรื่องต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ซึ่งจะก่อให้เกิดความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย ในการที่จะทำการดำเนินต่าง ๆ ให้เป็นไปด้วยความถูกต้องรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรของมหาวิทยาลัย นิสิต นักศึกษา ส่วนราชการต่าง ๆ ฝ่ายการเมือง พระสังฆาธิการ พระสงฆ์ ประชาชนและสื่อมวลชนต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมทุกด้านตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยและเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
๒. เพื่อสร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพระหว่างบุคลากรของมหาวิทยาลัยกับกลุ่มเป้าหมายในการเผยแพร่ผลงานและผลการปฏิบัติงานของมหาวิทยาลัยและสภามหาลัย
๓. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

กลุ่มเป้าหมาย

๑. บุคลากรภายใน นิสิต นักศึกษา ของมหาวิทยาลัย
๒. กลุ่มเป้าหมายภายนอก พระสังฆาธิการ พระสงฆ์ ส่วนราชการต่าง ๆ ประชาชนสถาบันการศึกษา และสื่อมวลชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. บุคลากรของมหาวิทยาลัย นิสิต นักศึกษา ส่วนราชการต่าง ๆ สถาบันการศึกษา สื่อมวลชนและประชาชน มีความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่องานมหาวิทยาลัย
๒. กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ มีช่องทางการสื่อสาร และสื่อประชาสัมพันธ์งานของมหาวิทยาลัย
๓. บุคลากร นิสิต นักศึกษา พระสังฆาธิการ พระสงฆ์และประชาชน มีความรู้เกี่ยวกับงานของมหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยเป็นอย่างดี

แผนการดำเนินการ

๑. การสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์งานทั่วไปของมหาวิทยาลัย ดังนี้

๑.๑ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่บุคลากรของมหาวิทยาลัย ทั้งส่วนกลาง วิทยาเขต วิทยาลัยสงฆ์ ห้องเรียน และหน่วยวิทยบริการ ทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ทางอินเทอร์เน็ต และสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คอื่น ๆ

๑.๒ การเผยแพร่การประชุมของสภามหาวิทยาลัย คณะกรรมการบริหารงานบุคคล (กบม.) คณะกรรมการสภาวิทยาการ คณะกรรมการการเงินและทรัพย์สิน คณะกรรมการกำหนดนโยบายและแผนงบประมาณ คณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษา คณะกรรมการบริหารความเสี่ยง หรือคณะกรรมการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเผยแพร่ผลการประชุมเฉพาะในส่วนที่บุคลากรและประชาชนทั่วไปควรรับรู้หรือรับทราบโดยทั่วกันโดยดำเนินการทุกครั้งที่มีการประชุมดังกล่าว

๑.๓ การเผยแพร่การดำเนินกิจการของมหาวิทยาลัย เช่นการรับสมัครสอบนิสิตนักศึกษาใหม่ การเปิดสอนในสาขาวิชาใหม่ และเปิดวิทยาลัยสงฆ์

๒. การจัดแถลงข่าวสื่อมวลชนในโอกาสพิเศษ เพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับงานสำคัญของมหาวิทยาลัย หรือในส่วนที่มหาวิทยาลัยมีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น การจัดงานวิสาขบูชาโลก รวมถึงการชี้แจงข้อเท็จจริง เมื่อมหาวิทยาลัยมีข่าวทางลบ ทั้งนี้ ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็ว ทันการณ์ด้วย เป็นต้น

๓. การพัฒนาช่องทางการสื่อสารต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

๓.๑. ผลิตหรือให้แนวทางการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ของมหาวิทยาลัยตลอดถึงวารสารและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๓.๒. ผลิตและให้แนวทางในการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารผ่านรายการวิทยุโทรทัศน์และโทรทัศน์เผยแพร่

๔. การพัฒนาผู้รับผิดชอบงานด้านสื่อสารองค์กร

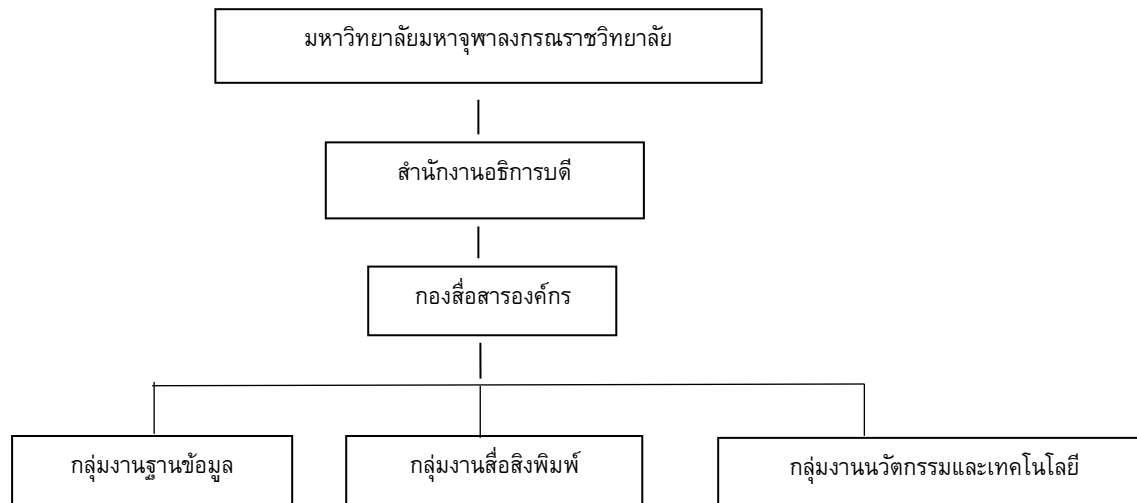
โดยกำหนดผู้รับผิดชอบงานด้านสื่อสารองค์กรของทุกหน่วยงาน กำหนดแผนงานดำเนินงาน ช่องทางการสื่อสารประจำ รวมทั้งจัดฝึกอบรมเทคนิคการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพให้แก่บุคลากรที่รับผิดชอบงานด้านสื่อสารองค์กร เช่น คณะ วิทยาเขต วิทยาลัยสงฆ์ ห้องเรียน หน่วยวิทยบริการ

รับผิดชอบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ Press Release หรือ ข่าวแจก เขียนข่าวUpdate เหตุการณ์ต่างๆ หรือส่งข้อมูลให้แก่กองสื่อสารองค์กร เพื่อเป็นศูนย์กลางในการจัดทำรายงานประจำปี เพื่อรวบรวมผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ประจำปี และเผยแพร่ให้ส่วนราชการต่างๆ ฝ่ายการเมือง พระสังฆาธิการ พระสงฆ์ ประชาชนและสื่อมวลชนต่างๆ

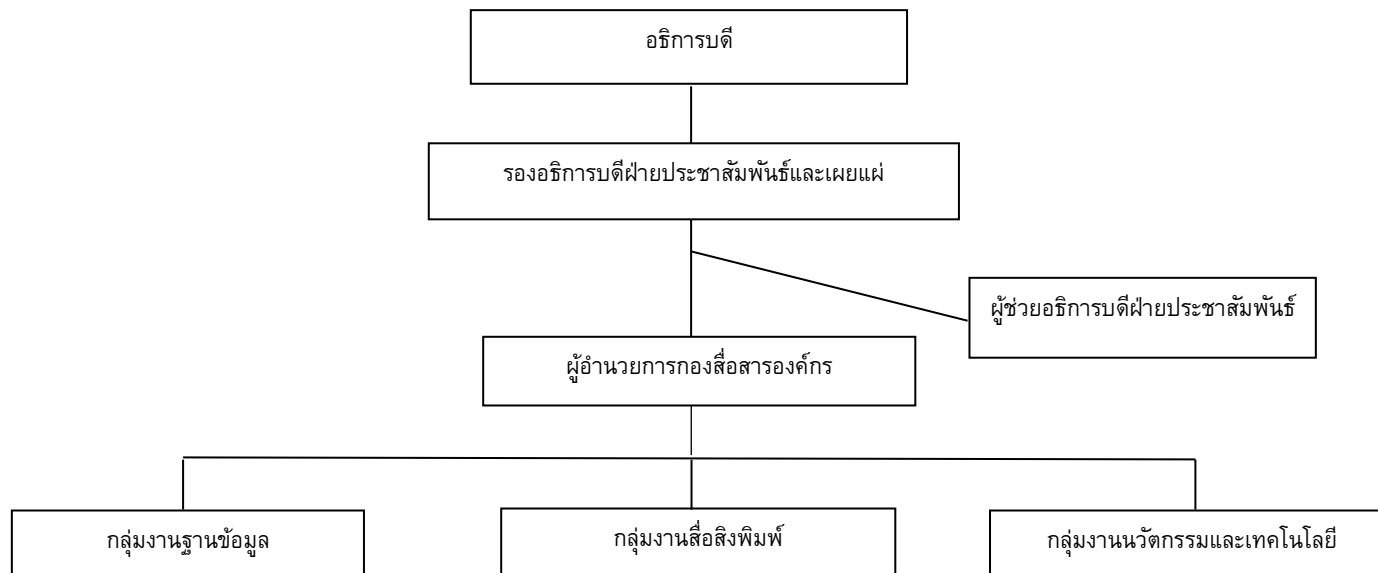
๔. การจัดกิจกรรมสัมพันธ์และสื่อมวลชนสัมพันธ์ กำหนดให้กองสื่อสารองค์กรมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และสร้างโครงข่ายกับสื่อมวลชนทุกแขนง ทั้งนี้โดยจัดเวทีสื่อมวลชนพบปะกับผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเป็นระยะ

๑.๓ โครงสร้างการบริหารการประกันคุณภาพการศึกษา

๑) แผนภูมิโครงสร้างกองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี



๒) โครงสร้างการบริหารงาน กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี



๑.๔ รายชื่อผู้บริหาร และบุคลากรภายในส่วนงาน

๑. รายชื่อผู้บริหาร

ที่	ชื่อ-ฉายา-นามสกุล	ตำแหน่ง
๑	พระครูพิศาลสรุจฺฉิ	ผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร

๒. รายชื่อบุคลากรภายในกองสื่อสารองค์กร

ที่	ชื่อ-ฉายา-นามสกุล	ตำแหน่ง
-----	-------------------	---------

๑.	นางสาวนภัสสร กัลปนาท	นักวิชาการศึกษา
๒.	นายวรวุฒิ ศรีสลัด	นักจัดการงานทั่วไป

สรุปอัตรากำลังบุคลากร

แสดงจำนวนบุคลากรทั้งหมดประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๘

กองสื่อสารองค์กร	เจ้าหน้าที่	ลูกจ้างชั่วคราว	ผู้เชี่ยวชาญ	รวม
พระภิกษุ	๑	-	-	๑
ฆราวาส	๒	-	-	๒
รวม	๓	-	-	๓

๑.๕. ข้อมูลพื้นฐานโดยย่อเกี่ยวกับงบประมาณ และสถานที่

งบประมาณประจำปี ๒๕๖๓

๑.๖. วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี

กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี ได้จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ๓ ประการ ดังนี้ ๑) เพื่อกำกับการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายและพันธกิจของมหาวิทยาลัย

๒) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับติดตามการบริหารงานของส่วนงาน

๓) เพื่อใช้เป็นคู่มือในการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในส่วนงาน

ตารางวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>๑. มีการรวบรวมฐานข้อมูลในการเผยแพร่ภายในและภายนอกองค์กรอย่างเป็นระบบโดยร่วมมือกับส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>๒. มีการจัดพิมพ์ฐานข้อมูลผู้บริหารและองค์กรเพื่อเผยแพร่อย่างถูกต้องและแม่นยำอย่างต่อเนื่อง</p> <p>๓. บุคลากรได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับระบบการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารองค์กรในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง</p> <p>๔. มีการสื่อสารและเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรของมหาวิทยาลัยอย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์</p> <p>๕. มีการสร้างช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและครอบคลุมทุกพื้นที่ภายในองค์กร</p>	<p>๑. การพัฒนาบุคลากรให้เกิดความรู้ความเข้าใจของงานด้านการสื่อสารมีน้อย</p> <p>๒. จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อภาระงานหลักที่มีอยู่</p> <p>๓. ขาดอุปกรณ์และเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย</p> <p>๔. งบประมาณที่ได้รับไม่เพียงพอต่อการพัฒนางานด้านสื่อสารองค์กร</p>
โอกาส	อุปสรรค
<p>๑. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับระดับโลก</p> <p>๒. ประชาชน ภาครัฐและเอกชน เชื่อมั่นในศักยภาพของมหาวิทยาลัย</p> <p>๓. คณะสงฆ์ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่</p> <p>๔. นโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา</p> <p>๕. มหาวิทยาลัยมีต้นทุนทางสังคมสูง</p>	<p>๑. รัฐบาลจัดสรรงบประมาณให้มหาวิทยาลัยไม่เพียงพอ</p> <p>๒. ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภาษาของนิสิตมีผลกระทบต่อการสื่อสารองค์ในมหาวิทยาลัย</p> <p>๓. องค์กรของมหาวิทยาลัยเป็นองค์กรพหุวัฒนธรรมและภาษา เพราะมีส่วนงานจัดการศึกษาอยู่ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศจำนวนมาก</p> <p>๔. การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้บุคลากรปรับตัวไม่ทัน</p>

แผนยุทธศาสตร์ ส่วนงานสื่อสารองค์กร
Strategies Map of Communication Affairs Division

วิสัยทัศน์ Vision

หน่วยงานสื่อสารองค์กรแก่บุคลากรมหาวิทยาลัยทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑

ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
กิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ ๒

สร้างเครือข่ายสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เผยแพร่แก่
บุคลากรมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายนอก

ยุทธศาสตร์ที่ ๓

ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านสื่อสาร
องค์กรให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั้งส่วนกลางและส่วน
ภูมิภาค

ประสิทธิผล

บุคลากรมหาวิทยาลัยและบุคลากรภายนอก
ได้รับข้อมูลอย่างถูกและทั่วถึง

มีเครือข่ายสื่อสารองค์กรครอบคลุมทั้งภายในและ
ภายนอก

คุณภาพ
การให้บริการ

สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
ประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ

มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ประสิทธิภาพ
การปฏิบัติงาน

บุคลากรด้านสื่อสารองค์กรมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและภายนอก

การพัฒนาองค์กร

บุคลากรมีทักษะในการสื่อสารเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๑ ผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง

เป้าประสงค์ ๑.๑ บุคลากรมหาวิทยาลัยและบุคคลภายนอกได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและทั่วถึง

๑.๒ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
๑. ผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง	๑.๑ บุคลากรมหาวิทยาลัยและบุคคลภายนอกได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและทั่วถึง ๑.๒ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ	๑.๑.๑ ระดับความพึงพอใจของผู้รับข้อมูลข่าวสาร ๑.๒.๑ จำนวนสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยและคุณภาพ	๑.๑.๑.๑ ผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ทันสมัยแก่บุคลากรมหาวิทยาลัยและบุคคลภายนอก ๒.๑.๑.๑ พัฒนารูปแบบการสื่อสารองค์กรแก่บุคลากรมหาวิทยาลัยบุคคลภายนอกที่ทันสมัย	-โครงการกำหนดอัตลักษณ์เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฉบับปรับปรุง	พระครูพิศาลสรุจผิ นางสาวนภัสสร กัลปนาท นายวรวุฒิ ศรีสลัด

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๒ สร้างเครือข่ายสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เผยแพร่แก่บุคลากรมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายนอก

เป้าประสงค์ ๒.๑ เครือข่ายสื่อสารองค์กรครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

๒.๒ มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
๑. สร้างเครือข่ายสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เผยแพร่แก่บุคลากรมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายนอก	๒.๑. เครือข่ายสื่อสารองค์กรครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ๒.๒. มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย	๒.๑.๑ จำนวนเครือข่ายที่องค์กรครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ๒.๒.๑. ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ๒.๒.๒ จำนวนนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่นำมาใช้	๒.๑.๑ พัฒนาเครือข่ายสนับสนุนการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่บุคลากรมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ ๒.๒.๑.๑ สนับสนุนให้บุคลากรสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการสื่อสารองค์กร ๒.๒.๑.๒ พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ	- โครงการจัดทำสื่อโซเชียลมีเดีย	พระครูพิศาลสรุद्धิ นางสาวนภัสสร กัลปนาท นายวรวิฑูฒิ ศรีสลัด

ประเด็นยุทธศาสตร์ ๓ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านสื่อสารองค์กรให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

เป้าประสงค์ ๓.๑.บุคลากรด้านสื่อสารองค์กรมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

๓.๒ บุคลากรมีทักษะในการสื่อสารเป็นที่ยอมรับทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์	โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
๑. ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านสื่อสารองค์กรให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	๓.๑.บุคลากรด้านสื่อสารองค์กรมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ๓.๒.บุคลากรมีทักษะในการสื่อสารเป็นที่ยอมรับทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค	๓.๑.๑ ร้อยละของบุคลากรที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๓.๒.๑ ร้อยละของบุคลากรที่มีทักษะในการสื่อสารเป็นที่ยอมรับของภายในแลภายนอก	๓.๑.๑.๑ ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญด้านสื่อสารองค์กร ๓.๒.๑.๑ ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ	- โครงการ วิพากษ์แผนยุทธศาสตร์ ประชาสัมพันธ์ และการ พัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร	พระครูพิศาลสรุจผิ นางสาวนภัสสร กัลปนาท นายวรวุฒิ ศรีสลัด

แผนการปฏิบัติการโครงการประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ กองสื่อสารองค์กร

โครงการ	ระยะเวลาดำเนินการ	งบประมาณ											ผู้รับผิดชอบ			
		พ.ศ. ๒๕๖๒			พ.ศ. ๒๕๖๓											
		ไตรมาสที่ ๑			ไตรมาสที่ ๒			ไตรมาสที่ ๓			ไตรมาสที่ ๔					
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.		ก.ย.		
๑	โครงการกำหนดอัตลักษณ์เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฉบับปรับปรุงจากพรบ.๒๕๔๐														๑๒๕,๐๐๐	กองสื่อสารองค์กร
๒	โครงการวิพากษ์แผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร														๖๕,๐๐๐	กองสื่อสารองค์กร
๓	โครงการงบประมาณจัดทำสื่อโซเชียลมีเดียกลางของมหาวิทยาลัย														๓๐,๐๐๐	กองสื่อสารองค์กร
๔	ไดอารี่ปฏิทินประจำปีมหาวิทยาลัย														๒๐๐,๐๐๐	กองสื่อสารองค์กร

เป้าหมายตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย
ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัดระดับเป้าประสงค์ กลยุทธ์ โครงการในแผนปฏิบัติการประจำปี พ.ศ.๒๕๖๓

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ ผลិតสื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง

เป้าประสงค์ ๑.บุคลากรมหาวิทยาลัยและบุคลากรภายนอกได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและทั่วถึง

๒.สื่อสิ่งพิมพ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย
๑.บุคลากรมหาวิทยาลัยและบุคลากรภายนอกได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้องและทั่วถึง ๒.สื่อสิ่งพิมพ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย	จำนวน/ร้อยละ	๑.ความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๗ ๒.จำนวนสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ต่ำกว่า ๕ เล่มต่อ และจำนวนสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีไม่น้อยกว่า ๒ ช่องทาง

กลยุทธ์/ผู้รับผิดชอบ

กลยุทธ์	ผู้รับผิดชอบ
๑.ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ทันสมัยแก่บุคลากรมหาวิทยาลัยและบุคคลภายนอก ๒. ส่งเสริมสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่	๑.พระครูพิศาลสรุทธิ ๒.นายวรวิทย์ ศรีสถิต ๓.นางสาวนภัสสร กัลปนาท

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ สร้างเครือข่ายสนับสนุนการประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรมหาวิทยาลัย

เป้าประสงค์ ๑. เครือข่ายสื่อสารองค์กรครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

๒. มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย
๑. จำนวนเครือข่ายที่ครอบคลุมทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ๒. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่นำมาใช้ ๓. จำนวนนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้	จำนวน/ร้อยละ	๑. จำนวนเครือข่ายที่เข้าร่วมกับสื่อสารองค์กรจำนวน ๕๐ หน่วยงานของหน่วยงานทั้งหมด ๒. ระดับความพึงพอใจไม่น้อยกว่าร้อยละ ๘๗ ๓. มีจำนวนนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีมากกว่า ๕ ชิ้น

กลยุทธ์/ผู้รับผิดชอบ

กลยุทธ์	ผู้รับผิดชอบ
๑. พัฒนาเครือข่ายสนับสนุนเผยแพร่แก่บุคลากรมหาวิทยาลัยและหน่วยงานภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ ๒. สนับสนุนให้บุคลากรสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการสื่อสารองค์กร	๑. พระครูพิศาลสรุจติ ๒. นายวรวิฑูรี ศรีสลับ ๓. นางสาวนภัสร กัลปนาท

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓ พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการสื่อสารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

เป้าประสงค์ ๑.บุคลากรด้านการสื่อสารองค์กรมีศักยภาพเป็นที่ยอมรับทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

๒.บุคลากรมีทักษะในการสื่อสารเป็นที่ยอมรับทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย
๑. ร้อยละของบุคลากรที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ๒. ร้อยละบุคลากรมีทักษะในการสื่อสารเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและภายนอก	จำนวน/ร้อยละ	๑.บุคลากรมีความสามารถในการสื่อสารมากกว่าร้อยละ ๘๗ ๒.บุคลากรมีทักษะในการสื่อสารเป็นที่ยอมรับทั้งภายในและภายนอก มากกว่าร้อยละ ๘๗

กลยุทธ์/ผู้รับผิดชอบ

กลยุทธ์	ผู้รับผิดชอบ
๑. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้ความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารองค์กร ๒. ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ	๑. พระครูพิศาลสรุทธิ ๒. นายวรุทธิ ศรีสัด ๓. นางสาวนภัสสร กัลปนาท

บทที่ ๒

แบบติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๓ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

ที่	ชื่อโครงการ	ผลผลิต	ลักษณะโครงการ		ผลการดำเนินการ								เป้าหมาย √		งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
					ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ			ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ		ตัวชี้วัดเชิงเวลา							
					จำนวนโครงการ	จำนวนผู้เข้าร่วม	จำนวนครั้งที่จัด	ผู้เข้าร่วมมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มขึ้น	ความพึงพอใจของผู้รับบริการ	งานโครงการแล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด	กำหนดวัดดำเนินการ						
					(โครงการ)	(คน)	(ครั้ง)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	(ร้อยละ)	เริ่มต้น	สิ้นสุด					
๑	โครงการกำหนดอัตลักษณ์เอกลักษณ์ มหาวิทยาลัย		โครงการจบ ใน ปีงบประมาณ	แผน	๑	๘๐	๑	๘๐	๘๐	๘๐	๑ต.ค.๖๒	๓๐ก.ย.๖๓	√		๑๒๕,๐๐๐	กลุ่มงาน ฐานข้อมูล	
				ผล	๑	๙๐	๑	๙๐	๘๗	๒๐							
๓	โครงการวิพากษ์แผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร		โครงการจบ ใน ปีงบประมาณ	แผน	๑	๔๐	๑	๘๐	๘๐	๘๐	๑ต.ค.๖๒	๓๐ก.ย.๖๓	√		๖๔,๐๐๐	กลุ่มงาน ฐานข้อมูล	สถานการณ์ การแพร่ ระบาดของ เชื้อไวรัสโค วิด๑๙
				ผล													
๓	โครงการจัดทำสื่อโซเชียลมีเดียกลางของมหาวิทยาลัยประจำปี		โครงการจบ ใน ปีงบประมาณ	แผน	๑	๕๐	ตลอดปี	๘๐	๘๐	๘๐	๑ต.ค.๖๒	๓๐ก.ย.๖๓	√		๓๐,๐๐๐	กลุ่มงาน นวัตกรรม	สถานการณ์ การแพร่ ระบาดของ เชื้อไวรัสโค วิด๑๙
				ผล													

บทที่ ๓

กลไกการปรับแผนปฏิบัติการประจำปีและการติดตามประเมินผล

กลไกการปรับแผนปฏิบัติการและการติดตามผลประเมินแผนและผลการดำเนินงาน เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่มุ่งรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลทั้งคุณภาพและปริมาณ เสนอให้ผู้รับผิดชอบการดำเนินงานกิจกรรมโครงการเป็นระยะตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดจึงได้กำหนดกลไกการปรับแผนปฏิบัติการประจำปีและติดตามการประเมินผลนำมาปรับปรุงแก้ไขในปีต่อไป ทั้งนี้เพื่อให้มีการพัฒนาปรับปรุงวิธีการดำเนินงานหรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายของกิจกรรมให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นกองสื่อสารองค์กร จำเป็นต้องสรุปโครงการกิจกรรมต่างๆ จัดทำรายงานประจำปีเสนอต่อมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาปรับปรุงเป้าหมายหมายของส่วนงานในปีต่อไป

๓.๑ การจัดการและการปรับปรุงแผนปฏิบัติการประจำปี

๓.๑.๑ กระบวนการจัดทำแผนปฏิบัติการ

๑) จัดทำแผนเสนอต่อผู้บริหารกองสื่อสารองค์กรเพื่อที่จะดำเนินการในปีงบประมาณถัดไปเสนอต่อกองแผนงานของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

๒) จัดทำแผนรวบรวมแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำแผนงาน/แผนปฏิบัติการประจำปี

๓) จัดประชุมการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีโดยให้ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ทุกรูป/คน เข้าร่วมประชุมเพื่อระดมแนวความคิด เพื่อให้ได้แผนปฏิบัติการประจำปีที่มีประสิทธิภาพและนำมาปฏิบัติตามนโยบายของมหาวิทยาลัย

๓.๑.๒ การปรับแผนปฏิบัติการประจำปี

การดำเนินการขออนุมัติปรับและเปลี่ยนแปลงโครงการ/กิจกรรมของแผนปฏิบัติการประจำปี จะเปลี่ยนแปลงได้ในกรณีที่มีความจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโครงการ/กิจกรรมในแผนปฏิบัติการประจำปีให้ดำเนินการดังนี้

๑) การเสนอขอเปลี่ยนโครงการ/กิจกรรม โดยการขอยกเลิกโครงการที่ได้บรรจุไว้ในแผนปฏิบัติการประจำปีเดิมของส่วนงาน ทั้งในกรณีที่มีโครงการ/กิจกรรมใหม่มาทดแทน และในกรณีที่เปลี่ยนแปลงกิจกรรมใหม่ จะต้องนำเสนอต่อคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี เสนอต่อผู้บริหารกองสื่อสารองค์กร หรือคณะกรรมการ ผู้บริหารมีมติเห็นชอบในการจัดทำแผนปฏิบัติการ ของกองสื่อสารองค์กรให้ความเห็นชอบ

๓.๒ การบริหารแผนและการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน

๓.๒.๑ การบริหารแผน

๑) การจัดองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำแผน/แผนปฏิบัติการ

๒) รวบรวมจัดทำแผนงาน/แผนปฏิบัติการ

๓) วิเคราะห์แผนงาน/แผนปฏิบัติการ

๔) แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับนโยบายและแผนปฏิบัติการประจำปีของกองสื่อสารองค์กร

๓.๒.๒ การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

๑) ส่วนงานแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนส่วนงาน /แผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อทำหน้าที่ กำกับดูแลและติดตามผลการดำเนินงานแต่ละโครงการที่ได้บรรจุไว้ในแผนปฏิบัติการประจำปี โดย คณะกรรมการจะต้องรายงานผลการดำเนินงานและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการตามแผนให้ คณะกรรมการกำกับนโยบายและแผนของส่วนงานบริหาร หรือ คณะกรรมการที่มีคำสั่งแต่งตั้งทราบ โดยใช้แบบฟอร์มของการติดตามผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการแผนปฏิบัติการประจำปี งบประมาณ

๒) การดำเนินการตามแผนงานหรือแผนของมหาวิทยาลัยจะต้องจัดเก็บเป็นเอกสารสรุปผลการดำเนินงานตามของแต่ละโครงการเก็บไว้เป็นหลักฐาน เพื่อประกอบการติดตาม ตรวจสอบ หรือใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการวางแผนต่อไป

๓) เมื่อสิ้นปีงบประมาณ ส่วนงานต่างๆ ที่จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี จะต้องสรุปผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการประจำปีและผลงานอื่นที่กำหนดนอกแผน จัดทำรายงานประจำปีของ ส่วนงานพร้อมจัดส่งให้กองแผนงาน เพื่อรวบรวมจัดทำเป็นรายงานประจำปีเสนอต่อมหาวิทยาลัย และจัดพิมพ์เผยแพร่ต่อสาธารณชนให้ทราบต่อไป

โครงการกำหนดอัตลักษณ์เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฉบับปรับปรุงจากพรบ.๒๕๔๐



๑. ชื่อโครงการ โครงการกำหนดอัตลักษณ์เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฉบับปรับปรุงจากพรบ.๒๕๔๐

๒. ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย รหัสโครงการ

๓. ผู้รับผิดชอบโครงการ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

๔. ความสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเชิงพุทธบูรณาการ

๕. หลักการและเหตุผล / เหตุผลความจำเป็น

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มีการกำหนดอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ ของมหาวิทยาลัย ตามพรบ.๒๕๔๐ และในยุคปัจจุบันมีการพัฒนาของเทคโนโลยีจึงควรมีการปรับปรุงอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ให้มีความชัดเจนและปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันมากขึ้น

ดังนั้น กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี จึงได้จัดทำโครงการกำหนดอัตลักษณ์เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฉบับปรับปรุงจากพรบ.๒๕๔๐ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานกิจการงานของมหาวิทยาลัย เป็นไปได้อย่างเรียบร้อย

๖. วัตถุประสงค์

๑. กำหนดแนวทางอัตลักษณ์ เอกลักษณ์เกี่ยวกับ สี สัญลักษณ์ ตัวอักษรของมหาวิทยาลัย ระบุให้ชัดเจนและมีความทันสมัย

๒. กำหนดสัญลักษณ์ให้มีความชัดเจนในการใช้

๓. กำหนดโค้ดสีของสีประจำมหาวิทยาลัย

๔. กำหนดตัวหนังสือประจำมหาวิทยาลัย

๗. ลักษณะกิจกรรม

เป็นกิจกรรมสัมมนา กำหนดอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ฉบับปรับปรุงร่วมกันให้เป็นปัจจุบัน

๘. เป้าหมายผลผลิต

๘.๑ เป้าหมายเชิงคุณภาพ

ผู้บริหาร คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่เข้าใจในการใช้สี สัญลักษณ์ และเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเป็นอย่างดี

๘.๒ เป้าหมายเชิงปริมาณ

๑. มีผู้เข้าร่วมโครงการจากส่วนกลาง วิทยาเขต วิทยาลัยสงฆ์ ห้องเรียนและหน่วยวิทยบริการ จำนวน ๘๐ รูป/คน

๒. มีรายงานประจำปี ๒๕๖๓

๘.๓ เป้าหมายเชิงเวลา

ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่ ๓๐ เมษายน ๒๕๖๒- ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๓

๙. งบประมาณ

๙.๑ งบประมาณแผ่นดิน	จำนวน๑๒๕,๐๐๐ บาท
๙.๒ งบประมาณรายได้	จำนวน - บาท
รวมทั้งสิ้น	จำนวน๑๒๕,๐๐๐ บาท

๑๐. กิจกรรมการดำเนินงาน

ลำดับที่	กิจกรรม	ระยะเวลาการดำเนินการ											
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
	
		๖๒	๖๒	๖๒	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓
๑.	ขออนุมัติโครงการ	➔											
๒.	แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารโครงการ	➔											
๔.	ขอข้อมูล/รวบรวมข้อมูล	➔											
๕.	ดำเนินการตามโครงการ							➔					
๖.	ประเมินผล/สรุปผลการดำเนินงาน											➔	

๑๑. ตัวชี้วัด

๑๑.๑ ผลผลิต(Output)

มีผู้เข้าร่วมโครงการจากส่วนกลาง วิทยาเขต วิทยาลัยสงฆ์ ห้องเรียนและหน่วยวิทยบริการ จำนวน

๘๐ รูป/คน

๑๑.๒ ผลลัพธ์(Outcome)

๑. มีผู้เข้าร่วมโครงการจากส่วนกลาง วิทยาเขต วิทยาลัยสงฆ์ ห้องเรียนและหน่วยวิทยบริการ จำนวน

๘๐ รูป/คน

๒. มีรายงานประจำปี ๒๕๖๓

๑๒. ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขจากผลการดำเนินการตามโครงการในปีที่ผ่านมา

ได้มีการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำโครงการให้ใช้งบประมาณที่เหมาะสม ระยะเวลาที่เหมาะสมแก่กิจกรรมและจบการจัดโครงการส่งผลสรุปส่งผู้บริหารเพื่อรายงานผล

๑๓. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. มีคู่มือในใช้งานสัญลักษณ์ สี ที่เป็นอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

โครงการวิพากษ์แผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร



๑. ชื่อโครงการโครงการวิพากษ์แผนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร

๒. ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย รหัสโครงการ

๓. ผู้รับผิดชอบโครงการ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

๔. ความสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเชิงพุทธบูรณาการ

๕. หลักการและเหตุผล / เหตุผลความจำเป็น

งบประมาณและแผนการใช้จ่ายงบประมาณถือว่าเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นสำหรับการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพเป็นอย่างมากเพราะว่าส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์กรเกิดการพัฒนาหรือประสบความสำเร็จองค์ประกอบที่สำคัญเป็นอย่างมากก็คือ เรื่องงบประมาณ และแผนการใช้จ่ายงบประมาณ จะเป็นตัวขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

ดังนั้น กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี ในฐานะผู้รับจัดทำแผนงบประมาณและแผนการใช้จ่ายประจำปี จึงได้จัดทำแผนงบประมาณและแผนการใช้จ่ายประจำปี เพื่อเป็นกรอบในการบริหารและใช้จ่ายงบประมาณต่อไป

๖. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อจัดทำแผนงบประมาณและแผนการใช้จ่ายประจำปี
๒. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับติดตามการบริหารงานของผู้บริหารมหาวิทยาลัย
๓. เพื่อใช้เป็นคู่มือในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานทุกระดับ

๗. ลักษณะกิจกรรม

เป็นกิจกรรมการจัดทำแผนงบประมาณและแผนการใช้จ่ายประจำปี

๘. เป้าหมายผลผลิต

๘.๑ เป้าหมายเชิงคุณภาพ

การเบิกจ่ายเงินและงบประมาณและการดำเนินการตรวจสอบมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

๘.๒ เป้าหมายเชิงปริมาณ

๑. มีแผนงบประมาณและแผนการใช้จ่ายประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓
๒. มีผู้เข้าร่วมโครงการจากส่วนกลาง วิทยาเขต วิทยาลัยสงฆ์ จำนวน ๘๐รูป/คน

๘.๓ เป้าหมายเชิงเวลา

ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๖๒ – ๑๕ กันยายน ๒๕๖๓

๙. งบประมาณ

๙.๑ งบประมาณแผ่นดิน จำนวน ๖๕,๐๐๐ บาท

๙.๒ งบประมาณรายได้ จำนวน - บาท

รวมทั้งสิ้น จำนวน ๖๕,๐๐๐ บาท

๑๐. กิจกรรมการดำเนินงาน

ลำดับที่	กิจกรรม	ระยะเวลาการดำเนินการ											
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
		๖๒	๖๒	๖๒	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓
๑.	ขออนุมัติโครงการ	→											
๒.	แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารโครงการ	→											
๔.	ขอข้อมูล/รวบรวมข้อมูล	→											
๕.	ดำเนินการตามโครงการ								→				
๖.	ประเมินผล/สรุปผลการดำเนินงาน												→

๑๑. ตัวชี้วัด

๑๑.๑ ผลผลิต(Output)

มีบุคลากรเข้าร่วมโครงการ ไม่น้อยกว่า ๖๐ รูป/คน

๑๑.๒ ผลลัพธ์(Outcome)

๑. มีแผนงบประมาณและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี ๒๕๖๓

๒. ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ ทั้งส่วนกลาง วิทยาเขต วิทยาลัยสงฆ์ มีคู่มือในการบริหาร

งบประมาณ

๑๒. ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขจากผลการดำเนินการตามโครงการในปีที่ผ่านมา

ได้มีการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำแผนงบประมาณและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี งบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัด และกลยุทธ์ในการพัฒนามหาวิทยาลัยเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

๑๓. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. มีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงบประมาณและแผนการใช้จ่ายงบประมาณของมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

๒. มีเครื่องมือในการกำกับติดตามการบริหารงานของผู้บริหารมหาวิทยาลัย

๓. มีคู่มือในการปฏิบัติงานเรื่องแผนงบประมาณและแผนการใช้จ่ายงบประมาณของเจ้าหน้าที่ผู้

ปฏิบัติ

โครงการงบประมาณจัดทำสื่อโซเชียลมีเดียกลางของมหาวิทยาลัย



๑. ชื่อโครงการโครงการงบประมาณจัดทำสื่อโซเชียลมีเดียกลางของมหาวิทยาลัย

๒. ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย รหัสโครงการ

๓. ผู้รับผิดชอบโครงการ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

๔. ความสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ พัฒนาการบริหารจัดการองค์กรเชิงพุทธบูรณาการ

๕. หลักการและเหตุผล / เหตุผลความจำเป็น

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงฆ์แห่งคณะสงฆ์ไทย มีพันธกิจหลัก ๔ ประการ คือ ๑.ผลิตบัณฑิต ๒.วิจัยและพัฒนา ๓.ส่งเสริมพระพุทธศาสนาและบริการวิชาการแก่สังคม ๔.ทะนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม เพื่อให้การขับเคลื่อนโครงการและงานของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามแผนพัฒนามหาวิทยาลัยและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

ด้วยปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อโซเชียลมีเดียได้รับความนิยมและเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย จึงจัดเป็นที่จะต้องมีส่วนสื่อกลางเพื่อส่งสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ดังนั้น กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี จึงได้จัดโครงการสื่อโซเชียลมีเดียกลางของมหาวิทยาลัย

๖. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเพิ่มเครื่องมือการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๒. เพื่อใช้เครื่องมือในการกำกับติดตามการบริการงานของผู้บริหารมหาวิทยาลัย
๓. เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร

๗. ลักษณะกิจกรรม

เป็นการจัดตั้งงบประมาณเพื่อใช้จ่ายในส่วนค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียให้กับบริษัทที่จัดทำสื่อโซเชียลมีเดียฯ เพื่อสร้างสื่อกลางเป็นของมหาวิทยาลัย

๘. เป้าหมายผลผลิต

๘.๑ เป้าหมายเชิงคุณภาพ

มหาวิทยาลัยได้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ทันสมัย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกได้ง่าย

๘.๒ เป้าหมายเชิงปริมาณ

๑. มีช่องทางกลางประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมากกว่าสามช่องทางเป็นทางการและผู้เข้าร่วมใช้จำนวนมาก ทั้งจากส่วนกลาง วิทยาเขต วิทยาลัยสงฆ์ ห้องเรียนและหน่วยวิทยบริการ

๘.๓ เป้าหมายเชิงเวลา

ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่ พฤษภาคม ๒๕๖๓ - ๓๐ กันยายน ๒๕๖๓

ง๙. งบประมาณ

๙.๑ งบประมาณแผ่นดิน	จำนวน๓๐,๐๐๐	บาท
๙.๒ งบประมาณรายได้	จำนวน -	บาท
รวมทั้งสิ้น	จำนวน๓๐,๐๐๐	บาท

๑๐. กิจกรรมการดำเนินงาน

ลำดับที่	กิจกรรม	ระยะเวลาการดำเนินการ											
		ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
		๖๒	๖๒	๖๒	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓	๖๓
๑.	ขออนุมัติโครงการ	➔											
๒.	แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารโครงการ	➔											
๔.	ขอข้อมูล/รวบรวมข้อมูล		➔										
๕.	ดำเนินการตามโครงการ					➔							
๖.	ประเมินผล/สรุปผลการดำเนินงาน										➔		

๑๑. ตัวชี้วัด

๑๑.๑ ผลผลิต(Output)

มีผู้ใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ทางการสื่อของมหาวิทยาลัย

๑๑.๒ ผลลัพธ์(Outcome)

๑. มหาวิทยาลัยได้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูง ทันสมัย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกได้ง่าย

๑๒. ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขจากผลการดำเนินการตามโครงการในปีที่ผ่านมา
ไม่มี

๑๓. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. มหาวิทยาลัยได้ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพสูง

๒. มีช่องทางสื่อสารหลักกับบุคลากรทั้งส่วนกลางและวิทยาเขต

๓. มีช่องทางการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกที่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย