

แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

ฝ่ายสื่อสารองค์กร

(Corporate Communications Division)



ข้อมูลพื้นฐานและความเป็นมาของหน่วยงาน

ชื่อหน่วยงาน ฝ่ายสื่อสารองค์กร (Corporate Communications Division)

ประวัติความเป็นมา

ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นตามมติสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ 3/2564 ตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยและกำกับดูแลโดยมหาวิทยาลัยทักษิณ จัดตั้งเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2564 เดิมเป็นภารกิจสื่อสารองค์กร สังกัด ฝ่ายบริหารกลางและทรัพยากรบุคคล ซึ่งทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลข่าวสารเชิงรุกของมหาวิทยาลัยมาระยะเวลาหนึ่งในภาพรวมมหาวิทยาลัย โดยมีบุคลากรปฏิบัติงาน 1 อัตรา บริหารและกำกับดูแลภายใต้ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กรและองค์กรสัมพันธ์ ต่อมาได้พัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้เป็นการสื่อสารองค์กรในทิศทางเดียวกันในภาพรวมของมหาวิทยาลัย โดยใช้เครือข่ายความร่วมมือของ ภารกิจประชาสัมพันธ์ 2 วิทยาเขต เน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ต่อมาในปี 2563 ได้เสนอขอจัดตั้งเป็นฝ่ายสื่อสารองค์กร และได้รับอนุมัติจัดตั้งเป็นฝ่ายสื่อสารองค์กร สังกัดสำนักงานมหาวิทยาลัย ตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา เพื่อทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร สามารถตอบสนองกับเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการบริโภคข้อมูลข่าวสารของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัยทักษิณในยุคดิจิทัล (Digital Society) ได้อย่างทั่วถึง และมีประสิทธิภาพ เป็นภารกิจช่วยสนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ในการส่งข้อมูลข่าวสาร หลักสูตร การศึกษา กิจกรรมบริการวิชาการ การวิจัย ผลงานประดิษฐ์สร้างสรรค์ กิจกรรมเพื่อสังคม ความสำเร็จของ บุคลากรและบัณฑิต รวมทั้งหลักสูตรการศึกษา ที่จะเป็นประโยชน์แก่บุคลากรภายในองค์กร และสังคมภายนอก เพื่อให้มหาวิทยาลัยเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลก พัฒนานวัตกรรมสื่อสารเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย

พันธกิจ

1. สื่อสารองค์กรทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย
2. สนับสนุนงานด้านสื่อสารองค์กรของส่วนงานภายในมหาวิทยาลัยทักษิณ
3. ประสานความร่วมมือด้านการสื่อสารกับเครือข่ายองค์กรทั้งภายในภายนอก

คำนิยามหลัก

WE TSU

W = Worldwide สร้างการรับรู้ในวงกว้าง เพื่อขับเคลื่อนนโยบายมหาวิทยาลัย

E = Engagement มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมและประสานความร่วมมือในการสื่อสารองค์กรทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดผลสำเร็จ

T = Technology นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาสารสนเทศและนวัตกรรมการสื่อสาร

S = Specialty เชี่ยวชาญในการทำงาน เป็นที่ยอมรับมุ่งสู่การเป็นองค์กรด้านการสื่อสารระดับแนวหน้าของประเทศ

U = Unity เป็นหนึ่งเดียวกันในองค์กร

วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

1. เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการประสานนโยบายโครงการและกิจกรรมต่างๆ ที่เน้นการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรในเชิงรุก สร้างภาพลักษณ์ที่เข้มแข็งและแข็งแกร่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัย แก่กลุ่มเป้าหมายภายใน ภายนอกองค์กร รวมถึงการสื่อสารสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อเป็นหน่วยงานกลางสำหรับการบริหารจัดการ ประสาน และส่งเสริมให้เกิดสื่อสารวิสัยทัศน์ พันธกิจ ผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยทักษิณ
3. เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการผลิตสื่อและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การบริการวิชาการ การวิจัย ผลงานประดิษฐ์สร้างสรรค์ กิจกรรมเพื่อสังคม ความสำเร็จของบุคลากร นิสิต และศิษย์เก่า รวมทั้งหลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ ผ่านช่องทางสื่อสารสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่หลากหลาย ส่งผลให้เกิดการรับรู้บุคลากรภายในองค์กร และการรับรู้ของสังคมในวงกว้าง
4. เพื่อเป็นหน่วยงานสนับสนุนให้ส่วนงานวิชาการและหน่วยงานสนับสนุนของมหาวิทยาลัยทักษิณสามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์เชิงรุก เพื่อร่วมสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรที่มุ่งสร้างนวัตกรรมสังคม (Social Innovation)

5. เพื่อเป็นหน่วยงานประสานความร่วมมือ (Collaboration) กับเครือข่ายองค์กรภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร วิสัยทัศน์ พันธกิจ ผลการดำเนินงานขององค์กร ให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง

ลักษณะและแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงาน

1. ผลิตเนื้อหาหลากหลาย อาร์ทเวิร์ค อินโฟกราฟฟิก โมชันกราฟิก แบนเนอร์ และการไลฟ์สด เพื่อการสื่อสารวิสัยทัศน์ พันธกิจ ผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ในลักษณะต่าง ๆ โดยใช้สื่อดิจิทัลผ่านช่องทาง Social Media ในช่องทางต่าง ๆ เช่น Fanpage Facebook, Instagram, YouTube, Line, Website ฯลฯ
2. สร้างระบบและกลไก เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรที่ทำหน้าที่สื่อสารองค์กรหน่วยงานทางวิชาการและหน่วยงานสนับสนุนของมหาวิทยาลัยทุกชนิด สามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์เชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. สร้างความร่วมมือ และความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนของรัฐและภาคเอกชนที่มีศักยภาพทั้งในระดับท้องถิ่น และส่วนกลาง โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการร่วมมือกันแบบหุ้นส่วน อาทิ การทำกิจกรรมทางสังคม การแบ่งปันและร่วมกันนำเสนอเนื้อหา การร่วมกันสร้างสมาชิกที่เข้ามาติดตามชุมชนออนไลน์มากขึ้น

โครงสร้างและการบริหารงาน

การบริหารงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร มีการแบ่งกลุ่มภารกิจตามโครงสร้างการบริหารและลักษณะงานภายใน ออกเป็น 3 กลุ่มภารกิจ คือ 1) กลุ่มภารกิจบริหารงานทั่วไปและธุรการ 2) กลุ่มภารกิจผลิตคอนเทนต์ดิจิทัล การจัดการสารสนเทศดิจิทัล และการจัดการเว็บไซต์ 3) กลุ่มภารกิจผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ กิจกรรมสัมพันธ์

1. กลุ่มภารกิจบริหารงานทั่วไปและธุรการ

มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินงานด้านการพัฒนาระบบการบริหาร งานแผนและงบประมาณ งานเลขานุการ งานธุรการ งานบุคคล งานประกันคุณภาพ การสรุปผลงานรายงานผู้บริหาร งานการเงิน งานพัสดุ และการอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานของกลุ่มงานอื่น ๆ

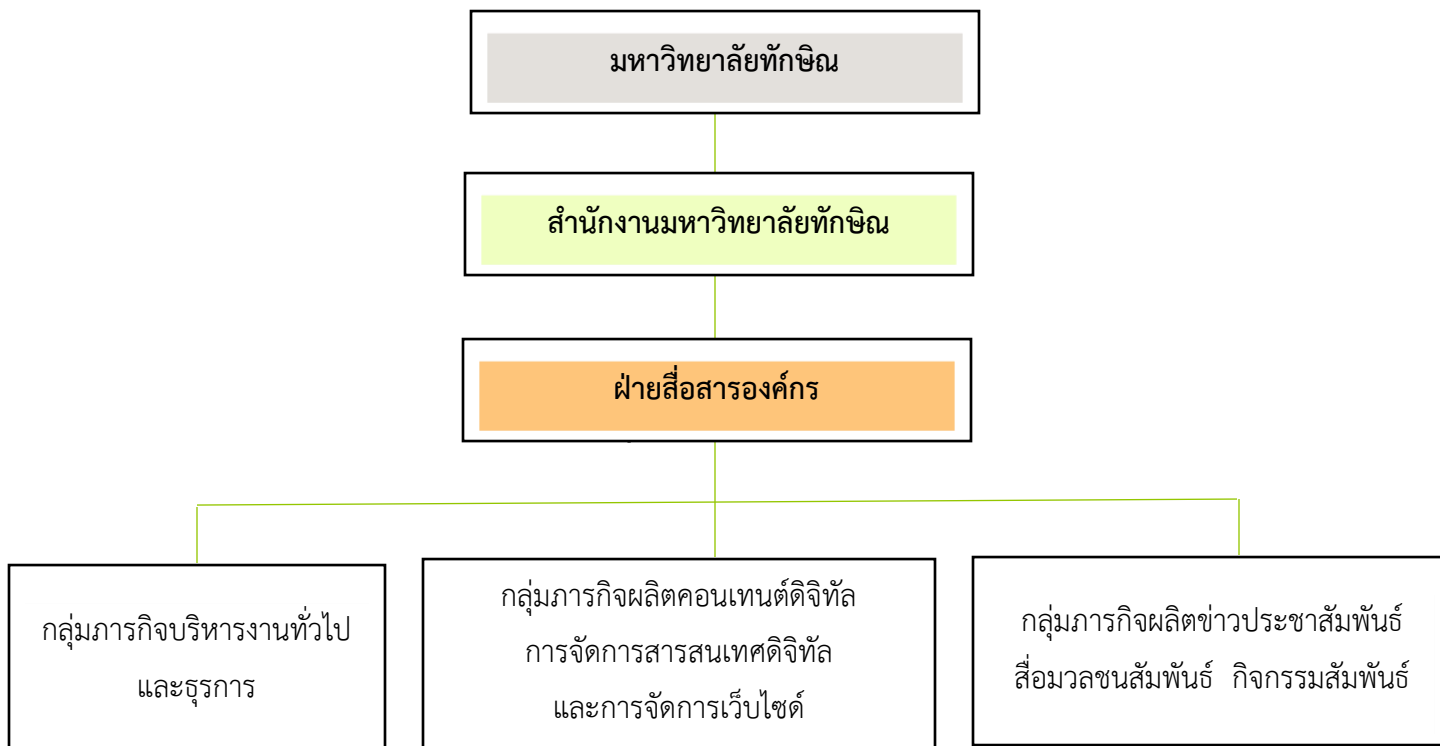
2. กลุ่มภารกิจผลิตคอนเทนต์ดิจิทัล การจัดการสารสนเทศดิจิทัล และการจัดการเว็บไซต์

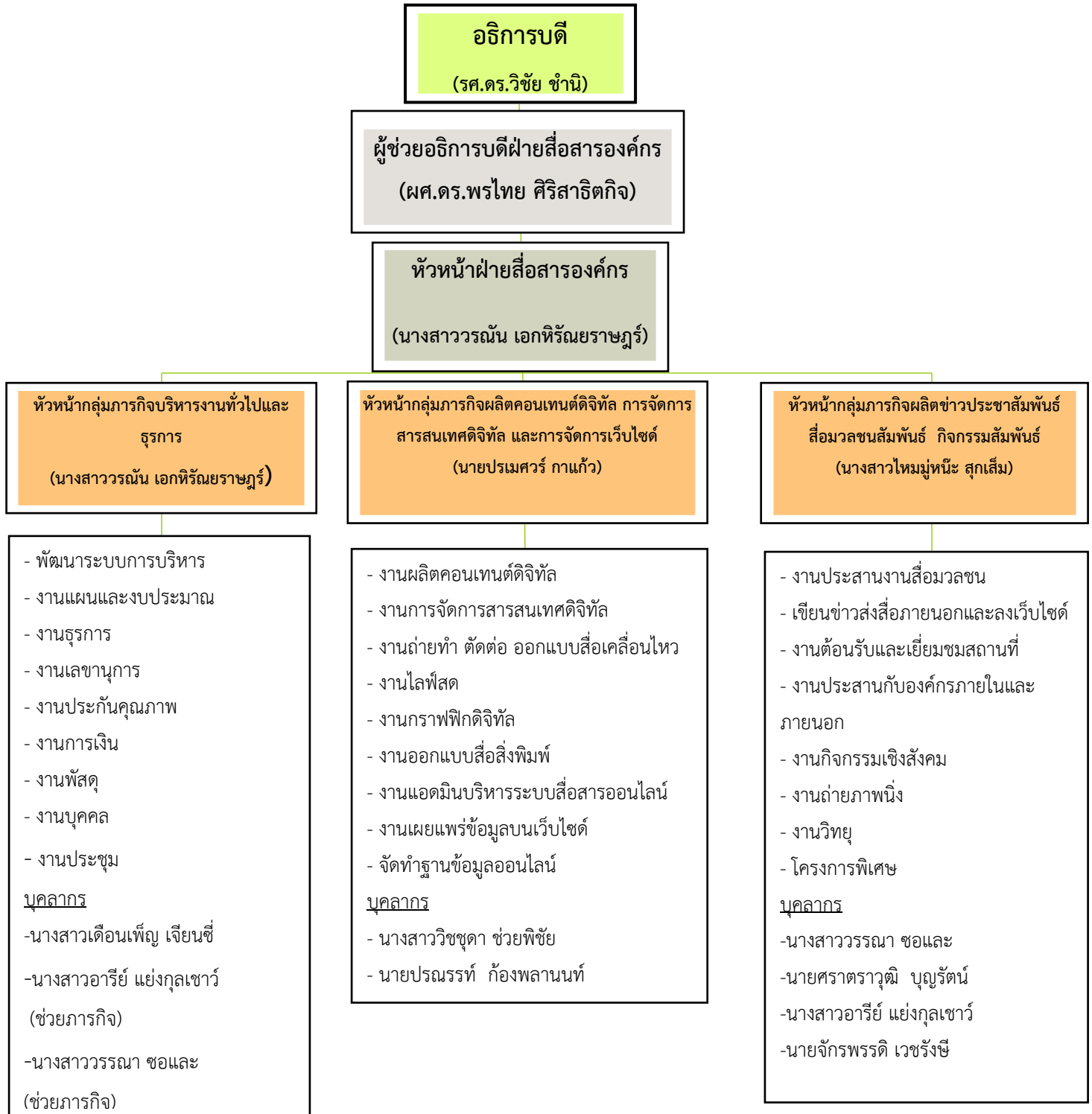
มีหน้าที่รับผิดชอบผลิตคลิปวิดีโอ อาร์ทเวิร์ค อินโฟกราฟฟิก โมชันกราฟิก แบนเนอร์ และการไลฟ์สด การจัดทำเว็บไซต์ เพื่อการสื่อสารวิสัยทัศน์ พันธกิจ ผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ในลักษณะต่าง ๆ โดยใช้สื่อดิจิทัลผ่านช่องทาง Social Media และจัดทำฐานข้อมูลออนไลน์ขององค์กร

3. กลุ่มภารกิจผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ กิจกรรมสัมพันธ์

มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการบันทึกภาพกิจกรรมภายในองค์กร และเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อนำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ คลื่นวิทย์ขององค์กร และเครือข่าย ทำหน้าที่ประสานงานกับสื่อมวลชนทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ประสานงานและให้การต้อนรับโรงเรียน เพื่อเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่สำหรับเป็นข้อมูลสนับสนุนการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยทักษิณ

โครงสร้างองค์กรฝ่ายสื่อสารองค์กร





แผนกลยุทธ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร

OKR ฝ่ายสื่อสารองค์กร

Objective	Key Result
O1 สื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจทิศทางขององค์กร	KR 1.1 จำนวนครั้งการสื่อสารระดับนโยบายหรือการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ 10 ครั้งต่อปี
O2 สื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนวัตกรรมสังคม	KR 2.1 ผลงานการสื่อสารนวัตกรรมสังคมสู่สาธารณะทุกช่องทางรวม 40 ชิ้นงาน
O3 สื่อสารเพื่อตอบสนองผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น	KR 3.1 จำนวนผู้ติดตาม SOCIAL MEDIA เพิ่มขึ้นทุกช่องทางรวม 8,000 ผู้ติดตาม KR 3.2 จำนวนครั้งการสื่อสารสำหรับผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น 400 ครั้งต่อปี
O4 สร้างพันธมิตรและเครือข่ายดำเนินงาน	KR 4.1 ข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสารมวลชนภายนอก 60 ข่าว KR 4.2 ส่วนงานภายในที่รับบริการจากฝ่ายสื่อสารองค์กร ร้อยละ 60 ของส่วนงานทั้งหมด
O5 บริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน	KR 5.1 ผลการประเมินส่วนงานตามเกณฑ์ EdPEX 3.00 KR 5.2 องค์ความรู้จากการปฏิบัติงาน/ผลงานการเรียนรู้ระดับองค์กร/นวัตกรรมการทำงาน 1 ผลงาน

โครงการหลักของฝ่ายสื่อสารองค์กรที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณประจำปี 2565

ลำดับ	ชื่อโครงการ	งบประมาณ (บาท)
1.	โครงการประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอก	400,000
	1.1 โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัยทักษิณ	100,000
	1.2 โครงการสื่อสารภาพลักษณ์ในวาระสถาปนามหาวิทยาลัยครบรอบ 54 ปี ก้าวสู่ปีที่ 55	50,000
	1.3 โครงการเทิดพระเกียรติ น้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณฯ วันคล้ายวันสวรรคต พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร	3,474
	1.4 โครงการเทิดพระเกียรติ น้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ เนื่องในวันคล้ายวันพระบรมราชสมภพ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรและวันพ่อแห่งชาติ 5 ธันวาคม 2564	16,500
	1.5 โครงการผลิตของที่ระลึกเพื่อการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยทักษิณ	50,000
	1.6 โครงการมหาวิทยาลัยทักษิณพบสื่อมวลชน 2 วิทยาเขต	80,000
	1.7 โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์นิสิตผู้สร้างนวัตกรรม และนิสิตผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยทักษิณ	50,000
	1.8 โครงการเครือข่ายสื่อมวลชนภาคใต้	20,000
	1.9 โครงการงานรัฐพิธี	30,026
2.	โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยทักษิณ	100,000
	2.1 โครงการเผยแพร่ข่าวและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยทักษิณผ่านสื่อมวลชน	50,000
	2.2 โครงการจัดเข้าโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อพัฒนาเว็บไซต์และผลิตสื่อ	39,697
	2.3 โครงการผลิตสื่อไวเนลเพื่อสื่อสารองค์กร	10,303
3.	โครงการบริหารจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา FM 88.25 MHz	150,000
	3.1 ค่าปฏิบัติงานนอกเวลา	60,000
	3.2 ค่าวัสดุและครุภัณฑ์	20,000
	3.3 ค่าต่อใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง	5,000

ลำดับ	ชื่อโครงการ	งบประมาณ (บาท)
	3.4 โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อเผยแพร่ผลงานนวัตกรรมด้านสังคม ศิลปะและวัฒนธรรมการวิจัยของนิสิตมหาวิทยาลัยทักษิณ	15,000
	3.5 โครงการผลิตสื่อบทคัดลอกบทความองค์ความรู้นวัตกรรมงานวิจัยจากห้องเรียนสู่ห้องส่งออนไลน์	10,000
	3.6 โครงการสร้างเครือข่ายสถานีวิจัยในภาคใต้	40,000
4.	โครงการบริหารจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง FM 100.75 MHz	150,000
	4.1 ค่าปฏิบัติงานนอกเวลา	60,000
	4.2 ค่าต่อใบอนุญาตประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง	5,000
	4.3 ค่าวัสดุครุภัณฑ์ (ซื้อโปรแกรมถ่ายทอดสัญญาณสด)	40,000
	4.4 โครงการเสวนาผู้ประกอบการวิทยุกระจายเสียงฯ	10,000
	4.5 โครงการ TSU on The Road วิทยาเขตพัทลุง	10,000
	4.6 โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อเผยแพร่ผลงานนวัตกรรมด้านสังคม ศิลปะและวัฒนธรรมการวิจัยของนิสิตมหาวิทยาลัยทักษิณ	15,000
	4.7 โครงการผลิตสื่อบทคัดลอกบทความองค์ความรู้นวัตกรรมงานวิจัยจากห้องเรียนสู่ห้องส่งออนไลน์	10,000
5.	โครงการสร้างแบรนด์ของมหาวิทยาลัย	100,000
	5.1 โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์วาระ 54 ปี มหาวิทยาลัยทักษิณ	2,200
	5.2 โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์ทิศทางนโยบายของผู้บริหารมหาวิทยาลัย	24,000
	5.3 โครงการถ่ายทอดสดกิจกรรมสำคัญ ของมหาวิทยาลัย	23,800
	5.4 โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์ความสำเร็จของนิสิตปัจจุบันหรือศิษย์เก่า	30,000
	5.5 โครงการผลิตของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยทักษิณ	20,000
6.	โครงการจัดทำฐานข้อมูลออนไลน์ขององค์กร	50,000
	6.1 กิจกรรมอบรมถ่ายภาพข่าว	10,000
	6.2 กิจกรรมการถ่ายทอดสด (Live)	15,000
	6.3 กิจกรรมพัฒนาฐานข้อมูลออนไลน์ขององค์กร (Website Application)	25,000
7.	โครงการสื่อสารเชิงวิสัยทัศน์นวัตกรรมสังคม	100,000
	7.1 โครงการถ่ายทอดสดมหาวิทยาลัยทักษิณกับความรู้เชื่อมโยงสังคม (LIVE)	50,000
	7.2 โครงการผลิตวีดิทัศน์มหาวิทยาลัยเพื่อสังคมสู่นวัตกรรม	50,000

ลำดับ	ชื่อโครงการ	งบประมาณ (บาท)
8.	โครงการอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาบุคลากรและองค์กร	170,000
	8.1 โครงการเพื่อพัฒนาองค์กรฝ่ายสื่อสารองค์กร	20,000
	8.2 โครงการสร้างเครือข่ายสื่อมวลชนระดับประเทศ	50,000 (ใช้งบไปราชการ)
	8.3 โครงการศึกษาดูงานด้านสื่อสารองค์กรในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	100,000 (ใช้งบไปราชการ)

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

1.กลุ่มภารกิจผลิตคอนเทนต์ดิจิทัล การจัดการสารสนเทศดิจิทัล และการจัดการเว็บไซต์

เป้าหมาย O1 สื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจทิศทางขององค์กร

ผลลัพธ์ KR 1.1 จำนวนครั้งการสื่อสารระดับนโยบายหรือการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ 10 ครั้งต่อปี

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัย O1 KR 1.1 (5)				
1. โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์วาระ 54 ปี มหาวิทยาลัยทักษิณ	1. ผลิตสื่อวีดิทัศน์ 1 คลิป 2. เผยแพร่วีดิทัศน์ผ่านสื่อ Facebook, Website, YouTube ของมหาวิทยาลัย 3. มีจำนวนยอดผู้เข้าถึงออนไลน์อย่างน้อย 5,000 ครั้ง	ส.ค. 65 – 30 ก.ย. 65	2,200	1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรรักษ์ ก้องพลา นนท์
2. โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์ทิศทางนโยบายของผู้บริหารมหาวิทยาลัย	1. ผลิตสื่อวีดิทัศน์ 1 คลิป 2. เผยแพร่วีดิทัศน์ผ่านสื่อ Facebook, Website, YouTube ของมหาวิทยาลัย 3. มีจำนวนยอดผู้เข้าถึงออนไลน์อย่างน้อย 5,000 ครั้ง	ธ.ค.64 – 31 ส.ค. 65	24,000	1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรรักษ์ ก้องพลา นนท์
3. โครงการถ่ายทอดสดกิจกรรมสำคัญต่างๆ ของมหาวิทยาลัย	1. เผยแพร่สัญญาณการถ่ายทอดสด จำนวน 4 ครั้ง 2. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยไม่น้อยกว่า 4 หน่วยงาน 3. มีจำนวนยอดผู้เข้าถึงสื่อออนไลน์อย่างน้อย 5,000 ครั้งต่อการถ่ายทอดสด	มี.ค. - 15 ก.ย. 65	23,800	1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรรักษ์ ก้องพลา นนท์

เป้าหมาย O2 สื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนวัตกรรมสังคม

ผลลัพธ์ KR 2.1 ผลงานการสื่อสารนวัตกรรมสังคมสู่สาธารณะทุกช่องทางรวม 40 ชิ้นงาน

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการสื่อสารเชิงวิสัยทัศน์นวัตกรรมสังคม 100,000 บาท O2 KR 2.1 (7)				
1. โครงการถ่ายทอดสดมหาวิทยาลัยทักษิณกับความรู้ เชื่อมร้อยสังคม (LIVE) 1.1 รายการ Seat-In (งานวิจัยสำคัญ+ผลงาน) Live - คอนเทนต์ ประเด็นภูมิปัญญา (นวัตกรรมใหม่) - คอนเทนต์ ประเด็นสังคมศาสตร์/มนุษยศาสตร์ - คอนเทนต์ ประเด็นวิทยาศาสตร์	1. เผยแพร่สัญญาณการ ถ่ายทอดสด จำนวน 3 ครั้ง 2. ส่วนงานที่ได้รับบริการ 4 หน่วยงาน 3. ยอดผู้เข้าถึงสื่อออนไลน์ อย่างน้อย 5,000 ครั้งต่อการ ถ่ายทอดสด	ธ.ค. 64 – 30 ก.ค. 65	50,000	1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรรักษ์ ก้องพลา นนท์
2. โครงการผลิตวีดิทัศน์มหาวิทยาลัยสู่นวัตกรรมเพื่อ สังคม	1. สื่อวีดิทัศน์ 4 คลิป 2. เผยแพร่วีดิทัศน์ผ่านสื่อ Facebook, Website, YouTube ของมหาวิทยาลัย 3. ยอดผู้เข้าถึงออนไลน์อย่าง น้อย 5,000 ครั้ง	พ.ย. 64 – ส.ค. 65	50,000	1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรรักษ์ ก้องพลา นนท์ 3.นางสาววิชชุดา ช่วย พิชัย

เป้าหมาย O3 สื่อสารเพื่อตอบสนองผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

ผลลัพธ์ KR 3.1 จำนวนผู้ติดตาม SOCIAL MEDIA เพิ่มขึ้นทุกช่องทางรวม 8,000 ผู้ติดตาม

KR 3.2 จำนวนครั้งการสื่อสารสำหรับผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น 400 ครั้งต่อปี

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัย O3 KR 3.1 และ KR 3.2 (5)				
1.โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์ความสำเร็จของนิสิตปัจจุบันหรือศิษย์เก่า	1. สื่อวีดิทัศน์ ความสำเร็จของนิสิตปัจจุบันหรือศิษย์เก่า จำนวน 4 คลิป 2. เผยแพร่วีดิทัศน์ผ่านสื่อ Facebook, Website, YouTube ของมหาวิทยาลัย 3. จำนวนยอดผู้เข้าถึงสื่อออนไลน์อย่างน้อย 20,000 ครั้ง/4คลิป	ก.พ. 65 - 30 มิ.ย. 65	30,000	1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรรักษ์ ก้องพลานนท์ 3.นางสาววิชชุดา ช่วยพิชัย
2. โครงการผลิตของที่ระลึกเพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยทักษิณ	ของที่ระลึกจำนวน 300 ชิ้น	พ.ย. 64 – 29 ม.ค. 65	20,000	1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรรักษ์ ก้องพลานนท์ 3.นางสาววิชชุดา ช่วยพิชัย

เป้าหมาย O4 สร้างพันธมิตรและเครือข่ายดำเนินงาน

ผลลัพธ์ KR 4.1 ข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสารมวลชนภายนอก 60 ข่าว

KR 4.2 ส่วนงานภายในที่รับบริการจากฝ่ายสื่อสารองค์กร ร้อยละ 60 ของส่วนงานทั้งหมด

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
โครงการจัดทำฐานข้อมูลออนไลน์ขององค์กร O4 KR 4.1 และ KR4.2 (6)				
1.กิจกรรมอบรมถ่ายภาพข่าว	1. สร้างระบบฐานข้อมูลที่ตอบสนองกับการทำงานของหน่วยงานภายในได้มากขึ้น 2. สร้างเครือข่ายกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกได้มากขึ้น 3. สร้างการรับรู้ข่าวสาร/กิจกรรมของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น 4. บุคลากรมีทักษะในการถ่ายภาพข่าวเพิ่มมากขึ้นไม่น้อยกว่า 30 คน	ธ.ค.64 – มิ.ย.65	10,000	1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรर्थ ก้องพลา นนท์ 3.นางสาววิชชุดา ช่วย พิชัย
2. กิจกรรมการถ่ายทอดสด (Live)	1. สร้างระบบฐานข้อมูลที่ตอบสนองกับการทำงานของหน่วยงานภายในได้มากขึ้น 2. สร้างเครือข่ายกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกได้มากขึ้น 3. สร้างการรับรู้ข่าวสาร/กิจกรรมของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้น 4. บุคลากรมีทักษะในการใช้อุปกรณ์เพื่อถ่ายทอดสัญญาณถ่ายทอดสดเพิ่มมากขึ้นไม่น้อยกว่า 30 คน	ก.พ. – ก.ย.65	15,000	1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรर्थ ก้องพลา นนท์ 3.นางสาววิชชุดา ช่วย พิชัย

<p>3. กิจกรรมพัฒนาฐานข้อมูล ออนไลน์ขององค์กร (Website+Application)</p>	<p>1. มีฐานข้อมูลภาพกิจกรรม/ภูมิทัศน์ของมหาวิทยาลัย/ ผู้บริหาร/บุคลากร สำหรับเผยแพร่เพิ่มมากขึ้น 2. เผยแพร่ภาพกิจกรรม/ภูมิทัศน์ของมหาวิทยาลัย/ ผู้บริหาร ไม่น้อยกว่า 24 ครั้ง</p>	<p>พ.ย.64 – ก.ย.65</p>	<p>25,000</p>	<p>1.นายปรเมศวร์ กาแก้ว 2.นายปรณรรค์ ก้องพลา นนท์ 3.นางสาววิชชุดา ช่วย พิชัย</p>
--	---	------------------------	---------------	--

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

2. กลุ่มภารกิจผลิตข่าวประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ กิจกรรมสัมพันธ์

เป้าหมาย O1 สื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจทิศทางขององค์กร

ผลลัพธ์ KR 1.1 จำนวนครั้งการสื่อสารระดับนโยบายหรือการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ 10 ครั้งต่อปี

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอก O1 KR 1.1 (1)				
1.โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัยทักษิณ	วีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัยจำนวน 1 เรื่อง	พ.ค.65-30 ก.ย.65	100,000	น.ส.วรรณัน เอก หิรัญราษฎร์
2.โครงการสื่อสารภาพลักษณ์ในวาระสถาปนามหาวิทยาลัยครบรอบ54 ปี ก้าวสู่ปีที่ 55	1. Art Work สื่อสารกิจกรรมสถาปนามหาวิทยาลัย 10 ชิ้น 2. การเผยแพร่สื่อบุคลากรมหาวิทยาลัยทักษิณ ในสื่อมวลชนระดับท้องถิ่นและระดับชาติ 10 แหล่ง	ส.ค.-ก.ย.65	50,000	น.ส.ไหม้หน๊ะ สุกเส็ม
3. โครงการเทิดพระเกียรติ น้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณฯ วันคล้ายวันสวรรคต พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร	กิจกรรมการเทิดพระเกียรติ และการผลิตสื่อเผยแพร่เทิดพระเกียรติเผยแพร่	มี.ค.-15 ก.ย.65	3,474	น.ส.ไหม้หน๊ะ สุกเส็ม

เป้าหมาย O1 สื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจทิศทางขององค์กร (ต่อ)

ผลลัพธ์ KR 1.1 จำนวนครั้งการสื่อสารระดับนโยบายหรือการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ 10 ครั้ง/ปี

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอก O1 KR 1.1 (1)				
4. โครงการเทิดพระเกียรติน้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ เนื่องในวันคล้ายวันพระบรมราชสมภพ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรและวันพ่อแห่งชาติ 5 ธันวาคม 2564	กิจกรรมเทิดพระเกียรติน้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ เนื่องในวันคล้ายวันพระบรมราชสมภพ พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ผู้เข้าร่วม 30 คน	พ.ย. 64 – ธ.ค. 65	16,500	น.ส.ไหม้หิณะ สุกเสียม
5. โครงการผลิตของที่ระลึกเพื่อการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยทักษิณ	1. ของที่ระลึกสำหรับหน่วยงานจำนวน 50 ชิ้น 2. ของที่ระลึกสำหรับผู้มาเยี่ยมชมมหาวิทยาลัย 100 ชิ้น	20 ธ.ค. 64 – 10 ม.ค. 65	50,000	น.ส.วรรณ เอกศิริณยราษฎร์
โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยทักษิณ O2 KR 2.1 (2)				
1. โครงการเผยแพร่ข่าวและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยทักษิณผ่านสื่อมวลชน	1. ข่าวเด่นมหาวิทยาลัยทักษิณได้รับเผยแพร่จากสื่อมวลชนภายนอกไม่น้อยกว่า 5 ข่าว 2. ข่าวการรับสมัครนิสิตมหาวิทยาลัยทักษิณได้รับการเผยแพร่ 4 ข่าว	ต.ค. 64 – 30 ก.ย. 65	50,000	น.ส.ไหม้หิณะ สุกเสียม

เป้าหมาย O2 สื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนวัตกรรมสังคม

ผลลัพธ์ KR 2.1 ผลงานการสื่อสารนวัตกรรมสังคมสู่สาธารณะทุกช่องทางรวม 40 ชิ้นงาน

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการบริหารจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา FM 88.25 MHz O2 KR 2.1 (3)				
1. โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อเผยแพร่ผลงานนวัตกรรมด้านสังคม ศิลปะและวัฒนธรรมการวิจัยของนิสิตมหาวิทยาลัยทักษิณ	1. ผลิตสื่อวีดิทัศน์ 4 คลิป 2. เผยแพร่วีดิทัศน์ผ่านสื่อ Facebook, Website, และการแชร์สัญญาณถ่ายทอดร่วมกับสถานีวิทยุเครือข่ายของมหาวิทยาลัย 3. ยอดผู้เข้าถึงออนไลน์อย่างน้อย 1,000 ครั้ง 4. ประชาชนรับรู้ข้อมูลในวงกว้าง	ม.ค. – พ.ค.65	15,000	1.น.ส.ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม 2.นายศาสตราวุฒิ บุญรัตน์
2. โครงการผลิตสโปตถอดบทความองค์ความรู้นวัตกรรมงานวิจัยจากห้องเรียนสู่ห้องส่งออนไลน์	1. ผลิตสโปตตรายการองค์ความรู้ นวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์ เป็นตอน เรื่องละ 3 ตอน ผลงานวิจัย 5 เรื่อง รวม 15 ตอน 2. เผยแพร่สโปตตรายการทางสถานีวิทยุและเครือข่ายสถานีวิทยุ 3. ยอดผู้รับชมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 1,000 คน 4. นวัตกรรมด้านงานวิจัยได้รับการเผยแพร่กว้างขวาง	ม.ค. – พ.ค.65	10,000	1.น.ส.ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม 2.น.ส.วรรณภา ซอและ

เป้าหมาย O2 สื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนวัตกรรมสังคม (ต่อ)

ผลลัพธ์ KR 2.1 ผลงานการสื่อสารนวัตกรรมสังคมสู่สาธารณะทุกช่องทางรวม 40 ชิ้นงาน

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการบริหารจัดการสถานีวิทยุฯ วิทยาเขตพัทลุง FM 100.75 MHz วิทยาเขตพัทลุง O2 KR 2.1 (4)				
1. โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อเผยแพร่ผลงานนวัตกรรมด้านสังคม ศิลปะและวัฒนธรรมการวิจัยของนิสิตมหาวิทยาลัยทักษิณ	1. ผลิตสื่อวีดิทัศน์ 4 คลิป 2. เผยแพร่วิดีทัศน์ผ่านสื่อ Facebook, Website, และการแชร์สัญญาณถ่ายทอดร่วมกับสถานีวิทยุเครือข่ายของมหาวิทยาลัย 3. ยอดผู้เข้าถึงออนไลน์อย่างน้อย 1,000 ครั้ง 4. ประชาชนรับรู้ข้อมูลในวงกว้าง	ม.ค. – พ.ค.65	15,000	1.น.ส.ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม 2.นายจักรพรรดิ เวชรังษี
2. โครงการผลิตสโปตถอดบทความองค์ความรู้นวัตกรรมงานวิจัยจากห้องเรียนสู่ห้องส่งออนไลน์	1. ผลิตสโปตรายการองค์ความรู้ นวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์ เป็นตอน เรื่องละ 3 ตอน ผลงานวิจัย 5 เรื่อง รวม 15 ตอน 2. เผยแพร่สโปตรายการทางสถานีวิทยุและเครือข่ายสถานีวิทยุ 3. ยอดผู้รับชมเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 1,000 คน 4. นวัตกรรมด้านงานวิจัยได้รับการเผยแพร่กว้างขวาง	ม.ค. – พ.ค.65	10,000	1.น.ส.ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม 2.น.ส.อารีย์ แยมกุลเชาว์

เป้าหมาย O2 สื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนวัตกรรมสังคม

ผลลัพธ์ KR 2.1 ผลงานการสื่อสารนวัตกรรมสังคมสู่สาธารณะทุกช่องทางรวม 40 ชิ้นงาน

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยทักษิณ O2 KR 2.1 (2)				
1. โครงการจัดเข้าโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อพัฒนาเว็บไซต์ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์	1. มีโปรแกรม Adobe Creative Cloud for Team All Apps multiple platforms จำนวน 2 ลิขสิทธิ์ เป็นเวลา 1 ปี 2. Freepik จำนวน 1 ลิขสิทธิ์ เป็นเวลา 1 ปี 3. ปฏิบัติหน้าที่สามารถทำงาน ได้เต็มศักยภาพ	ต.ค.64 – ก.ย.65	39,697	นายปรณรท์ ก้องพลา นนท์
2. โครงการผลิตสื่อป้ายไวเนลเพื่อสื่อสารองค์กร	จำนวนป้ายที่ผลิต จำนวน 5 ป้าย	ม.ค.-ก.ย.65	10,303	1. นายศาสตราวุฒิ บุญ รัตน์ 2. นายจักรพรรดิ เวชรังษี

เป้าหมาย O3 สื่อสารเพื่อตอบสนองผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น

ผลลัพธ์ KR 3.1 จำนวนผู้ติดตาม SOCIAL MEDIA เพิ่มขึ้นทุกช่องทางรวม 8,000 ผู้ติดตาม

KR 3.2 จำนวนครั้งการสื่อสารสำหรับผู้เรียนและลูกค้ากลุ่มอื่น 400 ครั้งต่อปี

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ
โครงการประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอก O1 KR 3.1 /3.2 (1)				
1.โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์นิสิต ผู้สร้างนวัตกรรม และนิสิต ผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยทักษิณ	วีดิทัศน์ผลงานการเป็นผู้ประกอบการและ ผลงานนวัตกรรมของนิสิตได้รับเผยแพร่ จำนวน 5 เรื่อง	ธ.ค. 64 – ก.ย 65	50,000	1.นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม 2.นายศาสตราวุฒิ บุญรัตน์
โครงการบริหารจัดการสถานีวิทยุฯ วิทยาเขตพัทลุง FM 100.75 MHz O4 KR 4.1 (4)				
1.โครงการ TSU on The Road วิทยาเขตพัทลุง	จัดกิจกรรมพบปะเครือข่าย สร้างแรงจูงใจในการ จัดรายการวิทยุ จำนวน 1 ครั้ง	มี.ค – เม.ย. 65	10,000	1.นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม 2.นางสาวอารีย์ แยมกุล เซาว์

เป้าหมาย O4 สร้างพันธมิตรและเครือข่ายดำเนินงาน

ผลลัพธ์ KR 4.1 ข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสารมวลชนภายนอก 60 ข่าว

KR 4.2 ส่วนงานภายในที่รับบริการจากฝ่ายสื่อสารองค์กร ร้อยละ 60 ของส่วนงานทั้งหมด

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
โครงการประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอก O1 KR 4.1 และ 4.2 (1)				
1.โครงการเครือข่ายสื่อมวลชนภาคใต้	สร้างเครือข่ายกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกได้มากขึ้น	1 ธ.ค. 64 – 30 มิ.ย. 65	20,000	1.หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร 2. นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม
2. โครงการมหาวิทยาลัยทักษิณพบสื่อมวลชน 2 วิทยาเขต	1.ผู้บริหารได้พบปะหารือและเสนอวิสัยทัศน์ความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัย ต่อสื่อมวลชน 2.มีฐานข้อมูลเครือข่ายสื่อมวลชนรุ่นใหม่ในสงขลา พัทลุง 3. ข่าวมหาวิทยาลัยได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ไม่ต่ำกว่า 5 แหล่งข่าว	มิ.ย. 65 วิทยาเขตพัทลุง ส.ค. 65 วิทยาเขตสงขลา	80,000	1.หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร 2. นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม
โครงการอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาบุคลากรและองค์กร O1 KR 4.1 (8)				
3. โครงการสร้างเครือข่ายสื่อมวลชนระดับประเทศ	สร้างเครือข่ายสื่อมวลชนในส่วนกลางระดับประเทศเพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารมากขึ้น	ม.ค. 65 –มี.ค. 65	50,000	1.หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร 2.นางสาวอารีย์ แยมกุลเชาว์

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
โครงการบริหารจัดการสถานีวิทยุฯ วิทยาเขตพัทลุง FM 100.75 MHz O4 KR 4.1 (4)				
1. โครงการเสวนาผู้ประกอบการ วิทยุกระจายเสียงฯ	1.ได้ฐานข้อมูลสื่อวิทยุในภาคใต้เพื่อการ ประสานงานด้านการข่าว 2. ได้เครือข่ายสื่อวิทยุในภาคใต้	ม.ค. – ก.พ.65	10,000	1.นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุก เส็ม 2. นางสาวอารีย์ แย่งกุล เชาว์
โครงการบริหารจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา FM 88.25 MHz O2 KR 2.1 (3)				
1.โครงการสร้างเครือข่ายสถานีวิทยุ ในภาคใต้	1.มีฐานข้อมูลเครือข่ายวิทยุในภาคใต้ 2. ความร่วมมือในการเผยแพร่สัญญาณ กระจายเสียงของสถานีเครือข่ายอย่างน้อย 2 สถานี	ก.พ. – มี.ค.65	40,000	1.นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุก เส็ม 2.นางสาวรรณา ซอและ

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565

3. กลุ่มภารกิจบริหารงานทั่วไปและธุรการ

เป้าหมาย O5 บริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน

ผลลัพธ์ KR 5.1 ผลการประเมินส่วนงานตามเกณฑ์ EdPEx 3.00

KR 5.2 องค์กรมีความรู้จากการปฏิบัติงาน/ผลงานการเรียนรู้ระดับองค์กร/นวัตกรรมการทำงาน 1 ผลงาน

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
โครงการอื่นๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาบุคลากรและองค์กร O5 KR5.1 และ KR5.2 (8)				
1.โครงการเพื่อพัฒนาองค์กรของฝ่ายสื่อสารองค์กร	1. ได้แผนกลยุทธ์และปฏิบัติการประจำปีของฝ่ายสื่อสารองค์กร	3-4 พ.ย.64	20,000	นางสาววรรณ เอกทรีณยราษฎร์
	2. ได้ข้อตกลงร่วมก่อนการปฏิบัติงานรายบุคคล	8 พ.ย. 64		
2.โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนาการบริหารจัดการของฝ่ายสื่อสารองค์กร	1.บุคลากรมีทักษะความรู้ที่ได้เพิ่มมากขึ้นใน 2 ประเด็น - ด้านการเงินและพัสดุ - ด้านการควบคุมภายในและความเสี่ยง 2.ความพึงพอใจระดับดี	8 ธ.ค. 64		นางสาววรรณ เอกทรีณยราษฎร์
		13 ม.ค. 64		
3.โครงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมและความโปร่งใส	1 กิจกรรม	ต.ค.64 – ก.ย.65	-	นางสาวเดือนเพ็ญ เจียนซี
4.โครงการ Happy My Space	5 กิจกรรม (5 มิติ)	ต.ค.64 – ก.ย.65	-	นางสาวเดือนเพ็ญ เจียนซี

โครงการ/กิจกรรม	ผลผลิต	ระยะเวลา	งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
5. จัดทำแผนควบคุมภายในและจัดการความเสี่ยง	มีแนวทางควบคุมภายในและมีแผนจัดการความเสี่ยง	ต.ค.64 – ก.ย.65	-	นางสาววรรณ เอกศิริณย ราษฎร์
6. จัดทำแผนพัฒนาบุคคล	มีแผนพัฒนาบุคคลของฝ่าย	ม.ค.64	-	นางสาววรรณ เอกศิริณย ราษฎร์
7. โครงการศึกษาดูงานด้านสื่อสารองค์กร และการสื่อสารเทคโนโลยีนวัตกรรม	มีเครือข่ายด้านการสื่อสารองค์กรในระดับ หน่วยงาน	มิ.ย.65	100,000	นางสาววรรณ เอกศิริณย ราษฎร์