

รายงานการประชุมผู้ปฏิบัติงานฝ่ายสื่อสารองค์กร

ครั้งที่ 1/2566

วันพฤหัสบดี ที่ 5 มกราคม 2565 เวลา 09.00 – 17.00 น.

18311 ตึก 18 ชั้น 3 อาคาร 50 ปี มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

ผู้เข้าประชุม

- | | |
|---|---------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒนา ศิริกุลพิพัฒน์ | ประธานกรรมการ |
| 2. นางสาววรรณ เอกศิริณราชฎ์ | รองประธานกรรมการ |
| 3. นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม | กรรมการ |
| 4. นายปรเมศวร์ กาแก้ว | กรรมการ |
| 5. นางสาววิชชุดา ช่วยพิชัย | กรรมการ |
| 6. นางสาวเดือนเพ็ญ เจียนชี | กรรมการ |
| 7. นายจักรพรรดิ เวชรังษี | กรรมการ |
| 8. นายปรณรท์ ก้องพลานนท์ | กรรมการ |
| 9. นางสาวนัยนา มะเนาะ | กรรมการ |
| 10. นางสาวอารีย์ แย่งกุลเขาว์ | กรรมการ |
| 11. นางสาววรรณดา ซอและ | กรรมการและเลขานุการ |

เปิดประชุมเวลา 09.00 น.

เมื่อครบองค์ประชุม ผู้ช่วยอธิการบดี ฝ่ายสื่อสารองค์กร (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒนา ศิริกุลพิพัฒน์) ในฐานะประธานที่ประชุมกล่าวเปิดการประชุม และดำเนินการประชุมโดยเลขานุการที่ประชุมตามระเบียบวาระต่าง ๆ ดังนี้

ระเบียบวาระที่ 1 เรื่องแจ้งเพื่อทราบ

1.1 เรื่องแจ้งจากประธาน

ผู้ช่วยอธิการบดี ฝ่ายสื่อสารองค์กร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒนา ศิริกุลพิพัฒน์ ประธานในที่ประชุมกล่าวขอบคุณ ทีมงานฝ่ายสื่อสารองค์กร ในการช่วยปฏิบัติงานพิธีรับสนองพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อม แต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งอธิการบดีมหาวิทยาลัยทักษิณ ทางผู้บริหารชื่นชมและสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

มติที่ประชุม รับทราบ

1.2 เรื่องแจ้งจากกรรมการ

1.2.1 รายงานผลการเบิกจ่ายเงินของฝ่ายสื่อสารองค์กร โดยนางสาวเดือนเพ็ญ
เจียนชี

สรุปรายการเบิกจ่ายงบประมาณ ฝ่ายสื่อสารองค์กร

เงินกองทุนทั่วไป :

1.ค่าจ้างชั่วคราว (เงินอุดหนุนจากรัฐบาล)

ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมาเดือนพฤศจิกายน			711,000.00
	ยอดยกมา (เงินเพิ่มพิเศษลูกจ้างชั่วคราว)	ธ.ค.		12,600.00
1	ค่าจ้างชั่วคราวเดือนธันวาคม	ธ.ค.	71,100.00	
2	ค่าจ้างชั่วคราวเดือนมกราคม	ม.ค.	72,150.00	
3	เงินเพิ่ม-ค่าจ้างชั่วคราว เดือน ต.ค.-ธ.ค.	ม.ค.	3,150.00	
รวมรายจ่าย			146,400.00	577,200.00

2.ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ (เงินรายได้)

ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมาเดือนพฤศจิกายน			257,342.00
1	ค่าวัสดุไม่เข้าสต็อก	พ.ย.	1,545.00	
2	ค่าล่วงเวลา	พ.ย.	200.00	
3	ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	พ.ย.	1,350.00	
4	ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	พ.ย.	1,192.00	
5	ค่าวัสดุไม่เข้าสต็อก	ธ.ค.	404.00	
6	ค่าวัสดุไม่เข้าสต็อก	ธ.ค.	573.00	
7	ค่าวัสดุไม่เข้าสต็อก	ธ.ค.	250.00	
รวมรายจ่าย			5,514.00	251,828.00

3.ค่าสาธารณูปโภค (เงินรายได้)

ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมาเดือนพฤศจิกายน			83,800.00
1	ค่าโทรศัพท์เดือนพฤศจิกายน ผ.ช. หน.ฝ่าย	พ.ย.	1,690.00	

2	ค่าโทรศัพท์สำนักงาน	ธ.ค.	748.00	
3	ค่าโทรศัพท์เดือนธันวาคม ผช. หน.ฝ่าย	ธ.ค.	2,600.00	
รวมรายจ่าย			5,038.00	78,762.00

4. ค่าครุภัณฑ์ (เงินอุดหนุนจากรัฐบาล)

ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมา			3,725,500.00
			-	
รวมรายจ่าย			-	3,725,500.00

เงินอุดหนุน : (เงินรายได้)

1. เงินอุดหนุนทั่วไป

ค่าพิธีการงานรัฐพิธีและชุมชนสัมพันธ์

ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมาเดือนพฤศจิกายน			27,000.00
1	ค่าวัสดุไม้เข้าสต็อก (ค่าพานพุ่ม)	ธ.ค.	1,200.00	
2	ค่าวัสดุไม้เข้าสต็อก หน้ากาอนามัย)	ธ.ค.	110.00	
3	ค่าใช้สอยอื่น ๆ	ธ.ค.	2,500.00	
รวมรายจ่าย			3,810.00	23,190.00

ค่าใช้จ่ายเพื่อการสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัย

ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมา			200,000.00
1	ค่าวัสดุใช้ในโครงการ	ธ.ค.	16,608.00	
2	ค่าครุภัณฑ์ต่ำกว่าเกณฑ์	ธ.ค.	18,083.00	
รวมรายจ่าย			34,691.00	165,309.00

ค่าใช้จ่ายการบริหารสถานีวิทย์ 2 วิทยาเขต

ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมาเดือนพฤศจิกายน			298,740.00

1	ค่าล่วงเวลา	ธ.ค.	840.00	
รวมรายจ่าย			840.00	297,900.00

ค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมา			200,000.00
			-	
รวมรายจ่าย			-	200,000.00

ค่าใช้จ่ายเพื่อการสื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย

ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมา			200,000.00
			-	
รวมรายจ่าย			-	200,000.00

รายจ่ายอื่น : (เงินรายได้)

1. รายจ่ายอื่น

ค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาองค์กร				
ลำดับ	รายการ	เบิกจ่ายเดือน	จำนวนเงินที่ เบิกจ่าย	จำนวนเงิน คงเหลือ
	ยอดยกมาเดือนพฤศจิกายน			25,772.00
รวมรายจ่าย			-	25,772.00

หมายเหตุ :

1. รายการที่ยังไม่มีการเบิกจ่าย

- 1.1 ค่าครุภัณฑ์ (เงินอุดหนุนจากรัฐบาล)
- 1.2 ค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
- 1.3 ค่าใช้จ่ายเพื่อการสื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย

2. รายการที่ไม่มีการเบิกจ่ายภายในเดือน

2.1 ค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาองค์กร

ทั้งนี้หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร ได้แจ้งแผน- ผล การเบิกจ่ายงบประมาณไตรมาส 1 ว่า ขณะนี้การเบิกจ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผน ในภาพรวมคิดเป็นร้อยละ 5.7% เนื่องจากการเปลี่ยนแปลง

การบริหารงานภายในฝ่าย และการปรับเปลี่ยนแผนปฏิบัติการของฝ่ายยังไม่ชัดเจน หลังจากมีการ ทบทวนแผน และมีการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการประจำปีของฝ่ายแล้วเสร็จ ขอให้ทุก กลุ่มภารกิจเร่งดำเนินการตามแผนที่กำหนดโดยเร่งด่วน



มติที่ประชุม รับทราบ

ระเบียบวาระที่ 2 เรื่องรับรองรายงานการประชุม

-ไม่มี-

ระเบียบวาระที่ 3 เรื่องพิจารณา

3.1 การปิดสถานีวิทยุ ทั้ง 2 วิทยาเขต โดยนางสาวใหม่หุ้หนะ สุกเสียม

	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin-left: auto;"> <p style="font-size: small; margin: 0;">มหาวิทยาลัยทักษิณ รับ... ๐๐๖ ๖๖๖-๖๖๖-๖๖๖ เวลา... ๑๖:๐๑ น.</p> </div>
<p style="font-size: x-small;">ที่ สทช ๒๓๐๘/๕๖๓๕๒.๑๓</p>	<p style="font-size: x-small;">สำนักงาน กสทช. ๘๗ ถนนพหลโยธิน ซอย ๘ แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐</p>
<p style="font-size: x-small;">๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๕</p>	
<p>เรื่อง แจ้งผลการพิจารณาการขอยกเลิกการทดลองออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบเอเอ็ม เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยทักษิณ</p> <p>อ้างถึง หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ ที่ ฮว ๘๒๐๐/๓๕๒๔ ลงวันที่ ๔ กันยายน ๒๕๖๕</p> <p>ตามหนังสือที่อ้างถึง มหาวิทยาลัยทักษิณ (มหาวิทยาลัยฯ) ได้ยื่นคำร้องขอยกเลิกการทดลอง ออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบเอเอ็ม จำนวน ๒ สถานี ได้แก่ ๑) สถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อการศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา รหัสสถานี ๑๑๕๒๐๐๖๗ ความถี่ ๘๘.๒๕ MHz จังหวัดสงขลา และ ๒) สถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อการศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณวิทยาเขตพัทลุง รหัสสถานี ๑๑๕๒๐๒๒๕ ความถี่ ๑๐๐.๗๕ MHz จังหวัดพัทลุง เมื่อวันที่ ๑๓ กันยายน ๒๕๖๕ ความละเอียดแจ้งแล้ว นั้น</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ขอเรียนว่า ที่ประชุมคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการ โทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ครั้งที่ ๓๓/๒๕๖๕ เมื่อวันที่ ๗ ธันวาคม ๒๕๖๕ ได้พิจารณาคำร้อง ขอยกเลิกการทดลองออกอากาศดังกล่าวแล้ว มีมติดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. เห็นชอบการขอยกเลิกการทดลองออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบเอเอ็ม ของมหาวิทยาลัยฯ จำนวน ๒ สถานี ได้แก่ ๑) สถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อการศึกษาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา รหัสสถานี ๑๑๕๒๐๐๖๗ ความถี่ ๘๘.๒๕ MHz จังหวัดสงขลา และ ๒) สถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อการศึกษาวิทยาลัยทักษิณวิทยาเขตพัทลุง รหัสสถานี ๑๑๕๒๐๒๒๕ ความถี่ ๑๐๐.๗๕ MHz จังหวัดพัทลุง ตามข้อ ๓๒ (๔) ของประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์ว่าด้วยการทดลองออกอากาศวิทยุกระจายเสียงในระบบ เอเอ็ม โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ กสทช. มีมติ (วันที่ ๗ ธันวาคม ๒๕๖๕) ๒. เพิกถอนใบอนุญาตให้ทำ ใช้ เครื่องวิทยุคมนาคม ซึ่งใช้ในการทดลองออกอากาศ วิทยุกระจายเสียง และเพิกถอนใบอนุญาตให้ตั้งสถานีวิทยุคมนาคมของสถานีวิทยุกระจายเสียง ตามข้อ ๑ เพื่อให้ใบอนุญาตวิทยุคมนาคมสิ้นสุดลงพร้อมกับการสิ้นสุดสิทธิในการทดลองออกอากาศ ๓. ให้มหาวิทยาลัยฯ ดำเนินการรื้อถอนสายอากาศและอุปกรณ์ที่ใช้ในการออกอากาศ และทำลายหรือจำหน่าย จ่าย โอน เครื่องวิทยุคมนาคมของสถานีวิทยุกระจายเสียง ตามข้อ ๑ ให้แก่บุคคล หรือนิติบุคคล ที่มีสิทธิในการใช้เครื่องวิทยุคมนาคม ตามข้อ ๑๖ ของประกาศ กสทช. เรื่อง การมี ใช้เครื่อง วิทยุคมนาคม และตั้งสถานีวิทยุคมนาคม ฉบับลงวันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๕๔ ให้แล้วเสร็จภายใน ๓๐ วันนับแต่วันที่ได้รับทราบคำสั่งหากผู้ยื่นสำนักงาน กสทช. จะดำเนินการตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด <p style="text-align: right;">อนึ่ง...</p>	
	<p>Signed by สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ - Office of The National Broadcasting and Telecommunications Commission Date: 2022-12-21 10:13:24 281140700</p>

- ๒ -

อนึ่ง หากมหาวิทยาลัยฯ ไม่พอใจคำสั่งดังกล่าวข้างต้นอาจใช้สิทธิฟ้องคดีต่อศาลปกครองภายใน ๙๐ วัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือฉบับนี้ ตามมาตรา ๔๙ แห่งพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลปกครองและวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ. ๒๕๔๒

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูมิศิษฐ์ มหาเวสม์ศิริ)

รองเลขาธิการ ปฏิบัติการแทน

เลขาธิการ กสทช.

นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม กล่าวว่า ได้รับหนังสือจาก กสทช. ซึ่งทางกสทช.ได้กำหนดให้เราดำเนินการ 3 ส่วน แต่ข้อที่ 3 สำคัญที่สุด เรื่องของการให้ดำเนินการรื้อเสาสัญญาณและทำลายเครื่องส่งให้แล้วเสร็จภายใน 30 วัน

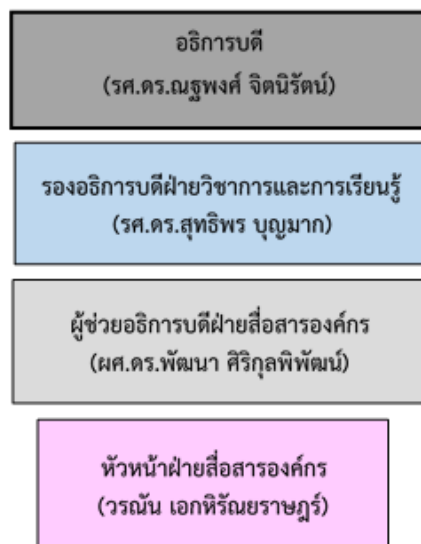
มติที่ประชุม รับทราบ และประธานที่ประชุมเห็นชอบให้ทำการรื้อถอนสายอากาศ และเสาวิทยุพร้อมทำลายเครื่องส่ง ตามหนังสือ กสทช. โดยมอบหมายให้นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม ดำเนินการ ดังนี้

1. ทำหนังสือแจ้งฝ่ายอาคาร วิทยาเขตสงขลา และสำนักคอมพิวเตอร์ วิทยาเขตพัทลุง พขอขอใช้ห้องสถานีวิทยุฯ เดิมเป็นห้องบันทึกเสียง
2. ทำหนังสือแจ้งยุติการออกอากาศของสถานีวิทยุถึงหน่วยงานภายในทราบ
3. ดำเนินการประสานช่างเทคนิคที่เกี่ยวข้องเพื่อเสนอราคาการทำลายรื้อถอนเสาสัญญาณวิทยุและทำลายเครื่องส่ง ทั้ง 2 วิทยาเขต ภายในเดือน 30 วัน

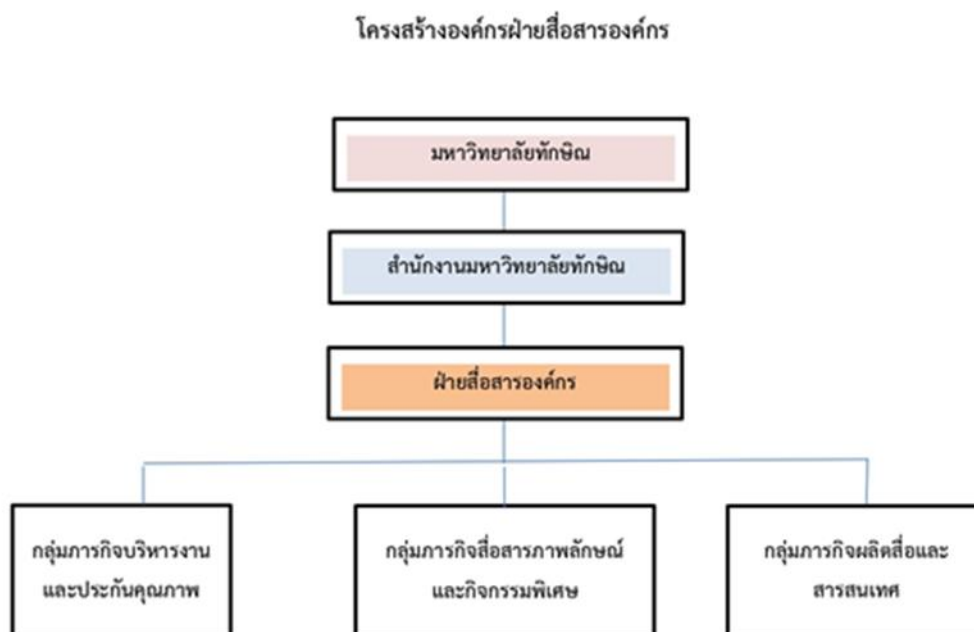
ระเบียบวาระที่ 4 เรื่องพิจารณา

4.1 ปรับโครงสร้างฝ่ายสื่อสารองค์กร (หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร)

โครงสร้างการบริหารฝ่ายสื่อสารองค์กร



กลุ่มภารกิจบริหารงานและประกันคุณภาพ	กลุ่มภารกิจสื่อสารภาพลักษณ์ และกิจกรรมพิเศษ	กลุ่มภารกิจผลิตสื่อและสารสนเทศ
<ol style="list-style-type: none"> 1. งานแผน และงบประมาณ 2. งานสารบรรณและธุรการ 3. งานประกันคุณภาพ 4. งานควบคุมภายใน 5. งานบริหารความเสี่ยง 6. งานการจัดการความรู้ 7. งานการเงิน ออกใบเสร็จอิเล็กทรอนิกส์ 8. งานพัสดุ ครุภัณฑ์ จัดซื้อ จัดจ้าง 9. งานบุคคล 10. งานการประชุม 11. งานเลขานุการ <p>บุคลากร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วรณัน เอกหิรัณยราษฎร์ (หน.) 2. เดือนเพ็ญ เจียนซี่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. งานสื่อสารภาพลักษณ์และสร้างเครือข่าย (ภายในและภายนอก) 2. งานสื่อมวลชนสัมพันธ์ 3. งานกิจกรรมพิเศษ/งานรัฐพิธี 4. งานบริหารจัดการเพจ TSU NEWS 5. งานบันทึกภาพนิ่ง/วิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ 6. งานเขียนข่าวและเผยแพร่ 7. งานต้อนรับนำชม 8. งานสนับสนุนการแนะนำนักศึกษาต่อ 9. งานประสานข้อมูลข่าวสารผ่านระบบตอบรับโทรศัพท์ 10. งานตรวจสอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัยและส่งต่อผู้เกี่ยวข้อง 11. งานบริหารจัดการเว็บไซต์ Open House 12. งานบริหารสื่อมัลติมีเดีย (จอ LED) <p>บุคลากร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม (หน.) 2. จักรพรรดิ เวชรังสี 3. วรณา ซอและ 4. นัยนา มะเนาะ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. งานผลิตคอนเทนต์ดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ด้านการเรียนการสอน ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน 2. งานผลิต Artwork / มัลติมีเดีย / กราฟิก / สื่อดิจิทัลของมหาวิทยาลัย 3. งานบริหารจัดการเพจ WE TSU, ช่อง TIKTOK, YouTube, เว็บไซต์มหาวิทยาลัย ทักซิณ/เว็บไซต์ฝ่าย 4. งานผลิตรายการสื่อสารเชิงนโยบายขององค์กรและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย 5. งานผลิตสื่อเฉพาะกิจตามนโยบาย (ถ่ายภาพนิ่ง/คลิปวิดีโอ/งานพิมพ์) 6. งานถ่ายทอดสด (Live) กิจกรรมของมหาวิทยาลัย 7. งานบริหารจัดการสตูดิโอ 8. งานเว็บไซต์ปฏิทินกิจกรรม (Event Calendar) 9. งานจัดการระบบส่งข่าวและฐานข้อมูลภาพ <p>บุคลากร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปรเมศวร์ กาแก้ว (หน.) 2. วิชชุดา ช่วยพิชัย 3. ปรณรรักษ์ ก้องพลานนท์ 4. อาริย์ แยมกุลเขาว์



นางสาววรรณัน เอกหิรัณยราษฎร์(หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร) ได้นำเสนอโครงสร้างของฝ่ายสื่อสารองค์กรใหม่จากเดิม มี 4 กลุ่ม ภารกิจไม่มีหัวหน้ากลุ่มภารกิจ สำหรับปีงบประมาณ 2566 ทางฝ่ายสื่อสารองค์กรได้มีการปรับเปลี่ยนผู้บริหารภายในฝ่ายขึ้นมาใหม่และได้มีการปรับโครงสร้างฝ่ายสื่อสารองค์กร ให้เหลือ 3 กลุ่มภารกิจ ได้แก่

1.กลุ่มภารกิจบริหารงานและประกันคุณภาพ ประกอบด้วย นางสาววรรณัน เอกหิรัณยราษฎร์ (หัวหน้ากลุ่มภารกิจ) นางสาวเดือนเพ็ญ เจียนชี

2.กลุ่มภารกิจสื่อสารภาพลักษณ์และกิจกรรมพิเศษ ประกอบด้วย นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม (หัวหน้ากลุ่มภารกิจ) นางสาววรรณมา ซอและ นางสาวนัยนา มะเนาะ นายจักนพรรดิ เวชรังสี

3.กลุ่มภารกิจผลิตสื่อและสารสนเทศ ประกอบด้วย นายปรเมศวร์ กาแก้ว(หัวหน้ากลุ่มภารกิจ) นางสาววิษชุดา ช่วยพิชัย นายปรณรรักษ์ ก้องพลานนท์ นางสาวอารีย์ แย่งกุลเซาว์

มติที่ประชุม เห็นชอบการปรับโครงสร้างฝ่ายสื่อสารองค์กร เป็น 3 กลุ่มภารกิจตามเสนอ และกำหนดให้มีหัวหน้ากลุ่มภารกิจ ดังนี้

1. นางสาววรรณัน เอกหิรัณยราษฎร์ หัวหน้ากลุ่มภารกิจบริหารงานและประกันคุณภาพ
2. นางสาวไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม หัวหน้ากลุ่มภารกิจสื่อสารภาพลักษณ์ และกิจกรรมพิเศษ
3. นายปรเมศวร์ กาแก้ว หัวหน้ากลุ่มภารกิจผลิตสื่อและสารสนเทศ

โดยหัวหน้ากลุ่มภารกิจมีหน้าที่ในการบริหารงาน ติดตาม และรายงานผลการทำงานของกลุ่มภารกิจให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของฝ่าย

4.2 ทบทวนแผนยุทธศาสตร์ฝ่ายสื่อสารองค์กรและแผนกลยุทธ์ 5 ปี (พ.ศ.2566-2570)
(หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร)

แผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

ฝ่ายสื่อสารองค์กร

(Corporate Communications Division)

ข้อมูลพื้นฐานและความเป็นมาของหน่วยงาน

ชื่อหน่วยงาน ฝ่ายสื่อสารองค์กร (Corporate Communications Division)

ที่ตั้ง

ฝ่ายสื่อสารองค์กร

วิทยาเขตสงขลา

อาคารสำนักงานอธิการบดี 140 หมู่ 4 ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา 90000 โทรศัพท์ 074-317600

ต่อ 7480

วิทยาเขตพัทลุง

อาคารบริหารและสำนักงานกลาง 222 หมู่ 2 ต.บ้านพร้าว อ.ป่าพะยอม จ.พัทลุง 93210 โทรศัพท์ 074-609600 ต่อ 1900 อีเมล: wetsu@tsu.ac.th

ประวัติความเป็นมา

ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นตามมติสภาสภามหาวิทยาลัย ในการประชุมครั้งที่ 3/2564 ตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยและกำกับดูแลโดยมหาวิทยาลัยทักษิณ จัดตั้งเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2564 เดิมเป็นภารกิจสื่อสารองค์กร สังกัด ฝ่ายบริหารกลางและทรัพยากรบุคคล ซึ่งทำหน้าที่สื่อสารข้อมูล ข่าวสารเชิงรุกของมหาวิทยาลัยมาระยะเวลาหนึ่งในภาพรวมมหาวิทยาลัย โดยมีบุคลากรปฏิบัติงาน 1 อัตรา

บริหารและกำกับดูแลภายใต้ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กรและองค์กรสัมพันธ์ ต่อมาได้พัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้เป็นการสื่อสารองค์กรในทิศทางเดียวกันในภาพรวมของมหาวิทยาลัย โดยใช้เครือข่ายความร่วมมือของ ภารกิจประชาสัมพันธ์ 2 วิทยาเขต เน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ต่อมาในปี 2563 ได้เสนอขอจัดตั้งเป็นฝ่ายสื่อสาร องค์กร และได้รับอนุมัติจัดตั้งเป็นฝ่ายสื่อสารองค์กร สังกัดสำนักงานมหาวิทยาลัย ตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา เพื่อทำ หน้าที่ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร สามารถตอบสนองกับเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและการบริโภคข้อมูล ข่าวสารของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัยทุกชั้นในยุคนวัตกรรม (Digital Society) ได้อย่างทั่วถึง และมี ประสิทธิภาพ เป็นภารกิจช่วยสนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ในการส่งข้อมูลข่าวสาร หลักสูตรการศึกษา กิจกรรมบริการวิชาการ การวิจัย ผลงานประดิษฐ์สร้างสรรค์ กิจกรรมเพื่อสังคม ความสำเร็จของบุคลากรและ บัณฑิต รวมทั้งหลักสูตรการศึกษา ที่จะเป็ประโยชน์แก่บุคลากรภายในองค์กร และสังคมภายนอก เพื่อให้ มหาวิทยาลัยเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

ปรัชญา

สื่อสารฉบับไว เต็มใจบริการ ประสานงานทุกระดับ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี

วิสัยทัศน์

สื่อสารภาพลักษณ์ สร้างการรับรู้ และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเครือข่าย นำไปสู่ความร่วมมือใน การสื่อสารสาธารณะด้านนวัตกรรมเพื่อสังคม

พันธกิจ

1. ประสานนโยบายการบริหารจัดการ และส่งเสริมให้เกิดวิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัยในรูปแบบ ต่างๆ
2. เพื่อสร้างทัศนคติและการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัยระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายใน มหาวิทยาลัยและภายนอกมหาวิทยาลัย
3. สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการประสานการสื่อสารทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนในการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร วิสัยทัศน์ พันธกิจ และผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง

สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 จัดการศึกษาเพื่อพัฒนากำลังคนในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยเน้นการสร้าง สมรรถนะการพัฒนานวัตกรรมสังคมและการเป็นผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ 1.6 สร้างระบบนิเวศน์เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 6 มีระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ 6.6 พัฒนาการสื่อสารองค์กรให้ทั่วถึงและสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ มหาวิทยาลัย

ค่านิยมหลัก : CCD

C : Communication to Digital Network สร้างการรับรู้ในวงกว้างผ่านสื่อดิจิทัล

คือ การทำงานด้านการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการสื่อสารสาธารณะทั้งในประเทศและต่างประเทศ

C : Community Engagement เน้นการมีส่วนร่วม

คือ มีความมุ่งมั่นและสนับสนุนประสานความร่วมมือในการสื่อสารองค์กรทั้งภายในและภายนอก

D : Diversity Management การสื่อสารมีความหลากหลาย

คือ มีช่องทางและเนื้อหาการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแบบมุ่งเป้ามากขึ้น



วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

1. เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการประสานนโยบายโครงการและกิจกรรมต่างๆ ที่เน้นการประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กรในเชิงรุก สร้างภาพลักษณ์ที่เข้มแข็งและแข็งแกร่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัย แก่กลุ่มเป้าหมายภายใน ภายนอกองค์กร รวมถึงการสื่อสารสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ
2. เพื่อเป็นหน่วยงานกลางสำหรับการบริหารจัดการ ประสาน และส่งเสริมให้เกิดสื่อสารวิสัยทัศน์ พันธกิจ ผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยทุกซีก
3. เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการผลิตสื่อและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การบริการวิชาการ การวิจัย ผลงานประดิษฐ์สร้างสรรค์ ศิลปะวัฒนธรรม กิจกรรมเพื่อสังคม ความสำเร็จของบุคลากร นิสิต และศิษย์เก่า

- รวมทั้งหลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัยทักษิณ ผ่านช่องทางสื่อสารสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่หลากหลาย ส่งผลให้เกิดการรับรู้บุคลากรภายในองค์กร และการรับรู้ของสังคมในวงกว้าง
4. เพื่อเป็นหน่วยงานสนับสนุนให้ส่วนงานวิชาการและหน่วยงานสนับสนุนของมหาวิทยาลัยทักษิณ สามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์เชิงรุก เพื่อร่วมสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรที่มุ่งสร้างนวัตกรรมสังคม (Social Innovation)
 5. เพื่อเป็นหน่วยงานประสานความร่วมมือ (Collaboration) กับเครือข่ายองค์กรภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร วิสัยทัศน์ พันธกิจ ผลการดำเนินงานขององค์กร ให้เกิดการรับรู้ในสังคม

ลักษณะและแนวทางการดำเนินงานของหน่วยงาน

1. ผลิตเนื้อหาคลิป อาร์ตเวิร์ค อินโฟกราฟิก โมชั่นกราฟิก แบนเนอร์ และการไลฟ์สด เพื่อการสื่อสาร วิสัยทัศน์ พันธกิจ ผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ในลักษณะต่าง ๆ โดยใช้สื่อดิจิทัลผ่านช่องทาง Social Media เช่น Fanpage Facebook, YouTube, Line, Website, TikTok ฯลฯ
2. สร้างระบบและกลไก เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรที่ทำหน้าที่สื่อสารองค์กรหน่วยงานทางวิชาการและหน่วยงานสนับสนุนของมหาวิทยาลัยทักษิณ สามารถผลิตสื่อสร้างสรรค์เชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. สร้างความร่วมมือ และความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนภาครัฐและภาคเอกชนที่มีศักยภาพทั้งในระดับท้องถิ่น และส่วนกลาง อาทิ การทำกิจกรรมทางสังคม การแบ่งปันและร่วมกันนำเสนอเนื้อหา การร่วมกัน
4. ประสานและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์งานวิชาการ การแนะนำหลักสูตร และการแนะแนวศึกษา ต่อเพื่อกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงมากขึ้น

โครงสร้างและการบริหารงาน

การบริหารงานของฝ่ายสื่อสารองค์กร มีการแบ่งกลุ่มภารกิจตามโครงสร้างการบริหารและลักษณะงาน ภายใน ออกเป็น 3 กลุ่มภารกิจ คือ 1) กลุ่มภารกิจบริหารงานและประกันคุณภาพ 2) กลุ่มภารกิจสื่อสารภาพลักษณ์ และกิจกรรมพิเศษ 3) กลุ่มภารกิจผลิตสื่อและสารสนเทศ

1. กลุ่มภารกิจบริหารงานและประกันคุณภาพ

มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินงานด้านการพัฒนาระบบการบริหารงานภายในองค์กร งานจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของฝ่าย งานจัดทำคำงบประมาณ งานประกันคุณภาพ จัดทำคำรับรองการปฏิบัติงานของฝ่าย งานควบคุมภายในและการบริหารความเสี่ยง งานการจัดการความรู้ของฝ่าย งานสารบรรณและธุรการ งานบุคคล งานการเงิน งานพัสดุ งานจัดซื้อจัดจ้าง งานประชุม และงานเลขานุการ อำนวยความสะดวกการปฏิบัติงานของกลุ่มภารกิจอื่น ๆ

2. กลุ่มภารกิจสื่อสารภาพลักษณ์และกิจกรรมพิเศษ

มีหน้าที่รับผิดชอบ งานสื่อสารภาพลักษณ์ (ภายในและนอกมหาวิทยาลัย) งานสื่อมวลชนสัมพันธ์ งานกิจกรรมพิเศษ/งานรัฐพิธี งานบริหารจัดการเพจ TSU NEWS งานบันทึกภาพนิ่ง/วิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ งานเขียนข่าวและเผยแพร่ บทความ สกู๊ป และอื่นๆ ผ่านสื่อทุกช่องทางที่อยู่ในความรับผิดชอบของกลุ่มภารกิจ งานต้อนรับนำชม งานสนับสนุนการแนะแนวศึกษาต่อ งานถ่ายภาพ/วิดีโอ งานประสานข้อมูลข่าวสารผ่านระบบตอบรับโทรศัพท์ งานตรวจสอบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัยและส่งต่อผู้เกี่ยวข้อง งานบริหารจัดการเว็บไซต์ Open House งานบริหารสื่อมัลติมีเดีย (จอLED)

ลักษณะงาน

2.1 งานสื่อสารภาพลักษณ์ สื่อสารนโยบายการบริหารงาน การสื่อสารข่าววิชาการ การบริการวิชาการ งานวิจัยและนวัตกรรม ศิลปวัฒนธรรม รางวัลเชิดชูเกียรติ หรือการสื่อสารแก้ไขภาวะวิกฤต

2.2 งานบริหารจัดการเพจ TSU News เน้นการสื่อสารสาธารณะ ส่งเสริมภาพลักษณ์ตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย มีผลของการติดตามและเข้าถึงสื่อ (Engagement) มากขึ้น เป็นระดับขั้นบันได/ปี

2.3 งานสนับสนุนการแนะแนวศึกษาต่อ จัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยบูรณาการร่วมกับภารกิจรับนิสิต ฝ่ายวิชาการ เพื่อทำกิจกรรม Open House / Tour Visit Roadshow/Media Visit /Boots Activities

2.4 งานบริหารจัดการเว็บเพจ TSU Open House เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์หลักสูตร

3. กลุ่มภารกิจผลิตสื่อและสารสนเทศ

มีหน้าที่รับผิดชอบผลิตคอนเทนต์ดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์และสื่อสารตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย งานผลิต Artwork / มัลติมีเดีย / กราฟิก / สื่อดิจิทัล งานถ่ายทอดสด งานถ่ายภาพและวิดีโอ งานบริหารจัดการและเผยแพร่ผ่านช่องทางเพจ WE TSU ,TIKTOK ,YouTube,เว็บไซต์มหาวิทยาลัยทักษิณ/เว็บไซต์ฝ่าย งานบริหารจัดการสตูดิโอ งานผลิตรายการต่างๆ งานเว็บไซต์ปฏิทินกิจกรรม (Event Calendar) งานจัดการระบบฐานข้อมูลส่งข่าวและฐานข้อมูลภาพ

ลักษณะงาน

3.1 งานผลิตคอนเทนต์ดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย นำเสนอศักยภาพด้านการเรียนการสอน ศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบัน เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของกลุ่มเป้าหมาย โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ในมหาวิทยาลัย

3.2 งานผลิต Artwork / มัลติมีเดีย / กราฟิก / สื่อดิจิทัลของมหาวิทยาลัย งานเฉพาะกิจตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 50) สื่อสนับสนุนกิจกรรมพิเศษและโอกาสสำคัญ (ร้อยละ 40) งานสนับสนุนกลุ่มภารกิจและเครือข่ายประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ10)

3.3 งานผลิตรายการสื่อสารเชิงนโยบายขององค์กรและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย

3.4 งานถ่ายทอดสด กิจกรรมของมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 50) สนับสนุนงานถ่ายทอดสด/ อุปกรณ์ และเครื่องมือ งานบริการและสนับสนุนระดับมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 40) ระดับคณะและหน่วยงานอื่น (ร้อยละ 10)

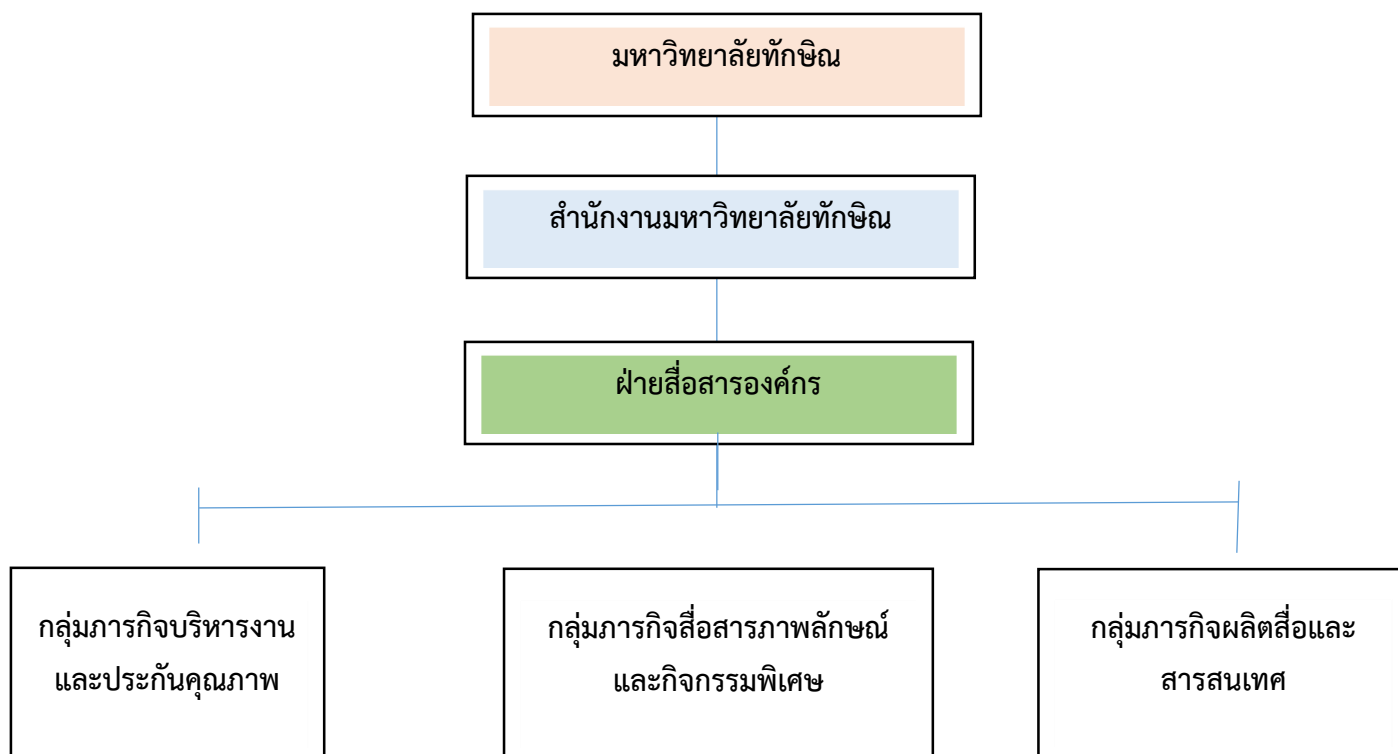
3.5 งานปฏิทินกิจกรรม (Event Calendar) เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยงาน/คณะ ภายในมหาวิทยาลัย โดยมีรายละเอียดการจัดกิจกรรมในแต่ละเดือน สามารถตรวจสอบแผนการจัดกิจกรรมได้ ตลอดทั้งปี

3.6 งานบริหารจัดการและเผยแพร่ผ่านช่องทาง เพจ WE TSU ,TIKTOK ,YouTube เนื้อหา สื่อสารภายใน ร้อยละ 70 เนื้อหาสื่อสารภายนอก ร้อยละ 30 มีผลของการติดตามและเข้าถึงสื่อ (Engagement) มากขึ้นเป็นระดับขั้นบันได/ปี

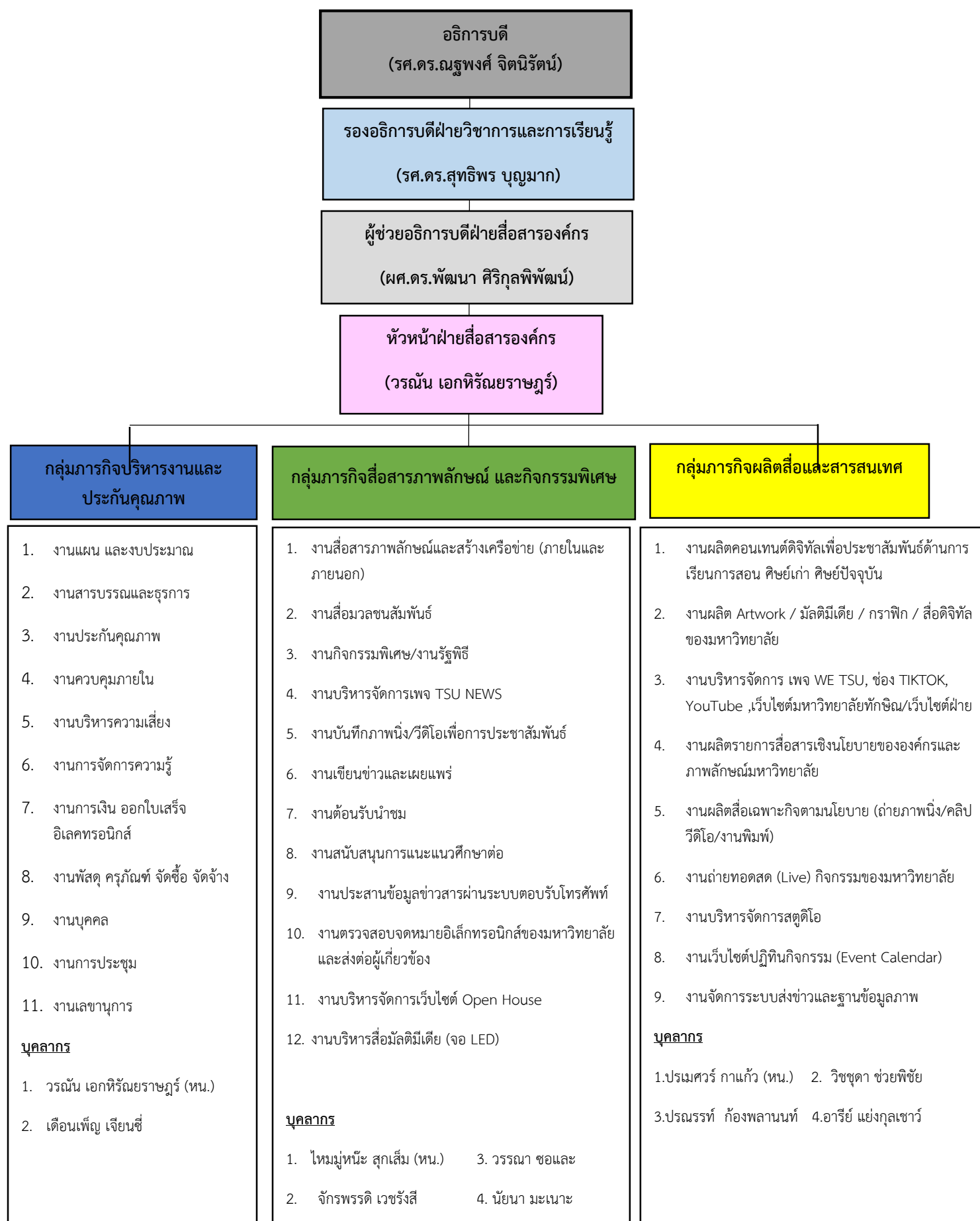
3.7 งานบริหารจัดการเว็บไซต์มหาวิทยาลัยทักษิณ และเว็บไซต์ฝ่ายสื่อสารองค์กร

3.8 งานจัดการระบบส่งข่าว และฐานข้อมูลภาพถ่าย โดยประสานงานกับเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ภายในมหาวิทยาลัย

โครงสร้างองค์กรฝ่ายสื่อสารองค์กร



โครงสร้างการบริหารฝ่ายสื่อสารองค์กร



การประเมินศักยภาพและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของฝ่ายสื่อสารองค์กร (SWOT Analysis)

จุดแข็ง

1. เป็นคนรุ่นใหม่พร้อมที่จะเรียนรู้การทำงาน
2. ก้าวทันเทคโนโลยีที่ทันสมัย
3. มีแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับหมุดหมายมหาวิทยาลัย
4. มีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย
5. มีเครือข่ายสื่อสารองค์กรภายในที่เข้มแข็ง

จุดอ่อน

1. ตำแหน่งงานและวุฒิการศึกษาไม่สอดคล้องกับภาระงานหลัก
2. บุคลากรไม่เพียงพอต่อภาระงานที่ได้รับมอบหมายในการทำงาน 2 วิทยาเขต
3. ศักยภาพของบุคลากรยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาสื่อสมัยใหม่

โอกาส

1. ผู้บริหารให้ความสำคัญกับงานสื่อสารองค์กรมาก
2. เครือข่ายสื่อสารองค์กรภายนอกให้ความสำคัญกับความร่วมมือ
3. การสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้รับความนิยมสูงขึ้น
4. มีแหล่งเงินทุนภายนอกให้การสนับสนุนงบประมาณ

ปัญหา/อุปสรรค

1. เครือข่ายมีการปรับเปลี่ยนผู้รับผิดชอบงาน/ผู้ปฏิบัติงานทำให้ขาดความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน
2. หน่วยงานภายนอกคาดหวังกับมหาวิทยาลัยสูงมาก
3. การขอความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกมักเร่งด่วนและไม่มีแผนงานที่ชัดเจน

งบประมาณฝ่ายสื่อสารองค์กร

ฝ่ายสื่อสารองค์กร	4,578,700	1,383,200	5,961,900
กองทุนทั่วไป	853,200	1,383,200	2,236,400
1. ค่าจ้างชั่วคราว	853,200	-	853,200
1) ค่าจ้างชั่วคราว	853,200	-	853,200
- ค่าจ้างชั่วคราว	853,200	-	853,200
2. ค่าตอบแทนใช้สอยและวัสดุ	-	336,800	336,800
1) ค่าใช้สอย	-	232,400	232,400
- ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงาน	-	188,400	188,400
- ค่าตอบแทนและพิธีการ	-	24,000	24,000
- ค่ารับรองสำหรับผู้บริหาร	-	20,000	20,000
2) ค่าวัสดุ	-	104,400	104,400
- ค่าเช่าเหมาบริการเครื่องถ่ายเอกสาร	-	36,000	36,000
- วัสดุสำนักงาน	-	68,400	68,400
3. ค่าสาธารณูปโภค	-	86,400	86,400
1) ค่าสาธารณูปโภค	-	86,400	86,400
- ค่าโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมค่าบริการอินเทอร์เน็ต	-	86,400	86,400
4. เงินอุดหนุน	-	930,000	930,000
1) เงินอุดหนุนทั่วไป	-	930,000	930,000
- ค่าพิธีการงานรัฐพิธีและชุมชนสัมพันธ์	-	30,000	30,000
- ค่าใช้จ่ายเพื่อการสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัย	-	200,000	200,000
- ค่าใช้จ่ายการบริหารสถานีวิทย์ 2 วิทยาเขต	-	300,000	300,000
- ค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอก มหาวิทยาลัยทักษิณ	-	200,000	200,000
- ค่าใช้จ่ายเพื่อการสื่อสารภาพลักษณ์นวัตกรรมเพื่อสังคมเชิงรุก	-	200,000	200,000
5. รายจ่ายอื่น	-	30,000	30,000
1) รายจ่ายอื่น	-	30,000	30,000
- ค่าใช้จ่ายเพื่อการพัฒนางานองค์กร	-	30,000	30,000
กองทุนสินทรัพย์ถาวร	3,725,500	-	3,725,500
1. ค่าครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง	3,725,500	-	3,725,500
1) ครุภัณฑ์	3,725,500	-	3,725,500
- ครุภัณฑ์ที่มีราคาต่อหน่วยตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป	3,725,500	-	3,725,500

โครงการหลักของฝ่ายสื่อสารองค์กรที่ได้รับการจัดสรร งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2566

ลำดับ	ชื่อโครงการ	งบประมาณ (บาท)	ผู้รับผิดชอบ
2.	โครงการสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัย	200,000	
	1.1 กิจกรรมเปิดตัวแบรนด์ใหม่	100,000	วรรณ เอภทธีรณราชภูริ
	1.2 กิจกรรมผลิตสติ๊กเกอร์ไลน์ TSU	13,000	วิชชุดา ช่วยพิชัย
	1.3 กิจกรรมจัดซื้อพื้นที่สื่อเพื่อการสื่อสารเชิงรุก	40,000	เดือนเพ็ญ เจียนซี่
	1.4 กิจกรรมจัดทำของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในรูปแบบต่างๆ ที่ทันสมัย มีคุณค่าและสะท้อนการเป็นนวัตกรรมสังคม	47,000	วิชชุดา ช่วยพิชัย
3.	โครงการบริหารจัดการสถานีวิทยุ 2 วิทยาเขต	300,000	
	2.1 ปรับปรุงห้องสตูดิโอ	147,900	ปรเมศวร์ กาแก้ว
	2.2 จ้างเหมาจัดทำบอร์ดนิทรรศการ	50,000	นัยนา มะเนาะ
	2.3 ค่าใช้จ่ายปฏิบัติงานในวันหยุดนักขัตฤกษ์ของสถานี	2,100	อารีย์ แย่งกุลเชาว์
	2.4 ค่าเรือถอนสายอากาศและอุปกรณ์ (2 สถานี)	100,000	ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม
4.	โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยทักษิณ	200,000	
	3.1 กิจกรรมมหาวิทยาลัยทักษิณพบสื่อมวลชน 2 วิทยาเขต (กิจกรรมผู้บริหารพบสื่อมวลชน ขอขอบคุณสื่อในโอกาสต่างๆ)	50,000	ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม
	3.2 กิจกรรมฝึกอบรมการเขียนข่าวและการสร้างคอนเทนต์	20,000	วรรณ ซอและ
	3.3 กิจกรรมพี่เลี้ยงในการจัดทำสื่อให้กับหน่วยงานต่างๆ (อบรมเกี่ยวกับระบบส่งข่าว, ระบบฐานข้อมูลภาพ, การยิง Ads)	40,000	อารีย์ แย่งกุลเชาว์
	3.4 กิจกรรมเครือข่ายสื่อสารองค์กรระดับมหาวิทยาลัย (ศึกษาดูงานมหาวิทยาลัยกลุ่ม2)	60,000	วรรณ เอภทธีรณราชภูริ
	3.5 กิจกรรมสร้างนิสิต TSU Ambassador (นิสิตปี1,2) (ฝึกอบรมนิสิตเพื่อเป็นตัวแทนนำเสนอภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย)	30,000	ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม
5.	โครงการพัฒนาการสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยทักษิณ	200,000	
	4.1 กิจกรรมผลิตสื่อวีดิทัศน์/Artwork/สื่อบุคคล เพื่อเผยแพร่ผลงานของบุคลากร/คณาจารย์มหาวิทยาลัยทักษิณ (วิชาการ,วิจัย,บริการวิชาการ,ศิลปวัฒนธรรม) จำนวน 5 ชิ้นงาน	50,000	ปรเมศวร์ กาแก้ว

	4.2 กิจกรรมผลิตวีดิทัศน์/Artwork/สื่อบันทึกภาพ นิสิต/ศิษย์เก่า จำนวน 5 ชิ้นงาน	50,000	ปรณรรักษ์ ก้องพลานนท์
	4.3 กิจกรรมเผยแพร่ผลงานวิจัยนวัตกรรมทางรายการ โทรทัศน์ NBT นครศรีธรรมราช และ สงขลา จำนวน 10 ครั้ง/ปี	30,000	วรรณภา ซอและ ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม
	4.4 กิจกรรมผลิตสื่อวีดิทัศน์/Artwork เกี่ยวกับ ประชาสัมพันธ์หลักสูตรเพื่อแนะแนวการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา แก่นักเรียน/ผู้ปกครอง/ครู จำนวน 5 ชิ้นงาน	50,000	นัยนา มะเนาะ
	4.5 กิจกรรมสื่อสารเชิงนโยบายขององค์กรและภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัย (เช่น รูปแบบTSU Talk ขึ้นอยู่กับนโยบาย/หมวดหมาย แต่ละด้านของมหาวิทยาลัย) จำนวน 10 ชิ้นงาน	20,000	อารีย์ แยมกุลเชาว์ ปรเมศวร์ กาแก้ว
6.	โครงการเพื่อพัฒนาองค์กรฝ่ายสื่อสารองค์กร ประจำปีงบประมาณ 2566 (ทำแผนงาน)	30,000	วรรณัน เอกหิรัณยราษฎร์ เดือนเพ็ญ เจียนซี่
7.	**โครงการวันคล้ายวันสถาปนามหาวิทยาลัยทักษิณ	400,000	วรรณัน เอกหิรัณยราษฎร์
8.	**โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มการสื่อสารมหาวิทยาลัย ทักษิณที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับบริการ	250,000	
	7.1 การออกแบบและพัฒนา เว็บไซต์ TSU Open House (เปิดบ้านแนะนำหลักสูตร)	50,000	จักรพรรดิ เวชรังสี
	7.2 กิจกรรมผลิตคลิปสั้นประชาสัมพันธ์คณะ/หลักสูตร เพื่อเผยแพร่ใน TSU Open House 2023	200,000	ไหมมู่หน๊ะ สุกเส็ม จักรพรรดิ เวชรังสี

แผนกลยุทธ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร (OKR) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์มหาวิทยาลัย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 จัดการศึกษาเพื่อพัฒนากำลังคนในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยเน้นการสร้างสมรรถนะ การพัฒนานวัตกรรมสังคมและการเป็นผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ที่ 1.6 สร้างระบบนิเวศน์เพื่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 6 มีระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ 6.6 พัฒนาการสื่อสารองค์กรให้ทั่วถึงและสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของ

กลยุทธ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัย

ผลลัพธ์/เป้าหมาย

- 1.1 ผลงานสื่อสารสร้างการรับรู้แบรนด์ใหม่ จำนวน 10 ผลงาน/ปี
- 1.2 ระดับการรับรู้ของสังคมที่มีต่อมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับดี
- 1.3 จำนวนผู้ติดตามสื่อของมหาวิทยาลัยผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีการศึกษา (WE TSU, TSU NEWS) 20,000 ผู้ติดตาม

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาการสื่อสารองค์กรและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยทุกชั้น

ผลลัพธ์/เป้าหมาย

- 2.1 การสื่อสารระดับนโยบายจากผู้บริหาร จำนวน 10 ครั้งต่อปี (ทุกสื่อ)
- 2.2 ผลประเมินภาพลักษณ์องค์กรในระดับดี
- 2.3 ผลิตสื่อวีดิทัศน์/Artwork/สื่อบันทึกภาพ เพื่อเผยแพร่ผลงานของบุคลากร/คณาจารย์มหาวิทยาลัยทุกชั้น (วิชาการ, วิจัย, บริการวิชาการ, ศิลปวัฒนธรรม) จำนวน 5 ชิ้นงาน
- 2.4 ผลิตวีดิทัศน์/Artwork/สื่อบันทึกภาพ นิสิต/ศิษย์เก่า จำนวน 5 ชิ้นงาน
- 2.5 เผยแพร่ผลงานวิจัยนวัตกรรมทางรายการโทรทัศน์ NBT นครศรีธรรมราช “รายการระเบียบใต้” จำนวน 10 ครั้ง/ปี
- 2.6 ผลิตสื่อวีดิทัศน์/Artwork เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์หลักสูตรเพื่อแนะแนวการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาแก่นักเรียน/ผู้ปกครอง/ครู จำนวน 5 ชิ้นงาน
- 2.7 สร้างกลไกระบบการสื่อสารของศิษย์เก่า-ศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 1 ผลงาน (Brand Ambassador + Alumni)

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยทักษิณ

ผลลัพธ์/เป้าหมาย

3.1 สร้าง/พัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสารออนไลน์ จำนวน 2 ผลงาน (ระบบส่งข่าว,ระบบฐานข้อมูลภาพ,เว็บเพจ TSU Open House, เว็บเพจ TSU Event Calendar)

3.2 จำนวนของชิ้นงานการเผยแพร่ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย (ข่าว,Aw,คลิป,สื่อทุกรูปแบบที่ผลิต) จำนวน 2,000 ชิ้นงาน

3.3 มีผู้เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมการของฝ่ายสื่อสารองค์กรด้านการสร้างเครือข่าย/การพัฒนาทักษะ/เกินร้อยละ 50 จากกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

กลยุทธ์ที่ 4 บริหารจัดการองค์กรสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน

ผลลัพธ์/เป้าหมาย

4.1 ผลการประเมินส่วนงานตามเกณฑ์ EdPEX 3.00

4.2 บุคลากรได้รับการพัฒนาตนเองอย่างน้อย 1 หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ80

4.3 ผลงานเชิงพัฒนาองค์กรฝ่ายสื่อสารองค์กร เช่น คู่มือปฏิบัติงาน/ขั้นตอนการทำงาน ฯลฯ อย่างน้อย 1 ผลงาน

แผนกลยุทธ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร 5 ปี พ.ศ. 2566 – พ.ศ. 2570

และ

แผนปฏิบัติการฝ่ายสื่อสารองค์กร ประจำปี พ.ศ. 2566

แผนกลยุทธ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร 5 ปี พ.ศ. 2566 – พ.ศ. 2570

ยุทธศาสตร์ที่ 1 จัดการศึกษาเพื่อพัฒนากำลังคนในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยเน้นการสร้างสมรรถนะการพัฒนานวัตกรรมสังคมและการเป็นผู้ประกอบการ									
เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ที่ 1	(1.1) พัฒนากำลังคนในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ (1.2) พัฒนากำลังคนให้มีสมรรถนะในการสร้างนวัตกรรมสังคม การเป็นผู้ประกอบการและการเป็นพลเมือง								
กลยุทธ์ 1.6 สร้างระบบนิเวศน์เพื่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและการเรียนรู้ตลอดชีวิต									
เป้าหมายกลยุทธ์ (Objective)	ผลลัพธ์ (Key Result)	กิจกรรม/โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย					ผู้รับผิดชอบ
				2566	2567	2568	2569	2570	
เพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสารออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงการใช้งานที่สะดวกยิ่งขึ้นและลดขั้นตอนการทำงาน	1.สร้าง/พัฒนาแพลตฟอร์มสื่อสารออนไลน์ จำนวน 2 ผลงาน (ระบบการส่งข่าว, ระบบการฐานข้อมูลภาพ) 2.ออกแบบและพัฒนา เว็บไซต์ TSU Event Calendar ปฏิทินกิจกรรมมหาวิทยาลัยทักษิณ 3.การออกแบบและพัฒนา เว็บไซต์ TSU Open House (เปิดบ้านแนะนำหลักสูตร)	1. โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มการสื่อสารมหาวิทยาลัยทักษิณ 1.1ออกแบบและพัฒนา เว็บไซต์ TSU Event Calendar ปฏิทินกิจกรรมมหาวิทยาลัยทักษิณ 1.2 การออกแบบและพัฒนา เว็บไซต์ TSU Open House (เปิดบ้านแนะนำหลักสูตร)	จำนวนแพลตฟอร์มสื่อสารออนไลน์	2	2	2	2	2	
ยุทธศาสตร์ที่ 6 มีระบบบริหารจัดการที่เป็นเลิศ									
เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ที่ 6	(6.1) พัฒนาระบบบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศและยั่งยืน (6.2) พัฒนาระบบนิเวศและโครงสร้างพื้นฐานทางการบริหาร								

กลยุทธ์ที่ 6.6 พัฒนาการสื่อสารองค์กรให้ทั่วถึงและสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย									
เป้าหมายกลยุทธ์ (Objective)	ผลลัพธ์ (Key Result)	กิจกรรม/โครงการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย					ผู้รับผิดชอบ
				2566	2567	2568	2569	2570	
เพื่อสร้างการรับรู้ การมีส่วนร่วมและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่มหาวิทยาลัย	1.ผลงานสื่อสารสร้างการรับรู้แบรนด์ใหม่ จำนวน 10 ผลงาน/ปี 2.ระดับการรับรู้ของสังคมที่มีต่อมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับดี 3.จำนวนผู้ติดตามสื่อของมหาวิทยาลัยผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีการศึกษา (WE TSU, TSU NEWS)	1.โครงการสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัย 1.1 กิจกรรมเปิดตัวแบรนด์ใหม่ 1.2 กิจกรรมผลิตสติ๊กเกอร์ไลน์ TSU 1.3 กิจกรรมจัดซื้อพื้นที่สื่อเพื่อการสื่อสารเชิงรุก 1.4 กิจกรรมจัดทำของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในรูปแบบต่างๆ ที่ทันสมัย มีคุณค่าและสะท้อนการเป็นนวัตกรรมสังคม 2. โครงการจัด TSU Open House on line (เปิดบ้านแนะนำหลักสูตร	7.4ก-2 (TSU37) ระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยทุกชั้น	4.50	4.60	4.70	4.80	4.90	
		2.โครงการวันคล้ายวันสถาปนามหาวิทยาลัยทุกชั้น							

	<p>4.การสื่อสารระดับนโยบายจากผู้บริหาร จำนวน 10 ครั้งต่อปี (ทุกสื่อ)</p> <p>5.ผลประเมินภาพลักษณ์องค์กรในระดับดี</p> <p>6. ผลิตสื่อวีดิทัศน์/Artwork/สื่อบันทึกภาพ เพื่อเผยแพร่ผลงานของบุคลากร/คณาจารย์ มหาวิทยาลัยทักษิณ (วิชาการ,วิจัย,บริการวิชาการ,ศิลปวัฒนธรรม) จำนวน 5 ชิ้นงาน</p> <p>7.ผลิตวีดิทัศน์/Artwork/สื่อบันทึกภาพ นิสิต/ศิษย์เก่า จำนวน 5 ชิ้นงาน</p> <p>8. เผยแพร่ผลงานวิทยานวัตกรรมทางรายการโทรทัศน์ NBT สงขลา จำนวน 10 ครั้ง</p> <p>9. ผลิตสื่อวีดิทัศน์/Artwork เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์หลักสูตรเพื่อแนะแนวการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา แก่</p>	<p>3.โครงการสร้างระบบ/กระบวนการสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยทักษิณ</p> <p>3.1 กิจกรรมผลิตสื่อวีดิทัศน์/Artwork/สื่อบันทึกภาพ เพื่อเผยแพร่ผลงานของบุคลากร/คณาจารย์ มหาวิทยาลัยทักษิณ (วิชาการ,วิจัย,บริการวิชาการ,ศิลปวัฒนธรรม)</p> <p>3.2 กิจกรรมผลิตวีดิทัศน์/Artwork/สื่อบันทึกภาพ นิสิต/ศิษย์เก่า</p> <p>3.3 กิจกรรมเผยแพร่ผลงานวิทยานวัตกรรมทางรายการโทรทัศน์ NBT นครศรีธรรมราช ,สงขลา</p> <p>3.4 กิจกรรมผลิตสื่อวีดิทัศน์/Artwork เกี่ยวกับประชาสัมพันธ์หลักสูตรเพื่อแนะแนวการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา แก่ นักเรียน/ผู้ปกครอง/ครู</p>	<p>7.4ก-1ระดับการรับรู้และเข้าใจทิศทางการนำองค์กร (ระดับมหาวิทยาลัย)</p> <p>7.4ก (ฉ-1) จำนวนผู้ติดตามสื่อของมหาวิทยาลัยผ่านช่องทางสื่อโซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีการศึกษา (WE TSU,TSU NEWS)</p>	4.15	4.25	4.35	4.45	4.55	
				20,000 ผู้ติดตาม	25,000 ผู้ติดตาม	30,000 ผู้ติดตาม	35,000 ผู้ติดตาม	40,000 ผู้ติดตาม	0 ผู้ติดตาม

	<p>นักเรียน/ผู้ปกครอง/ครู จำนวน 5 ชิ้นงาน</p> <p>10. สร้างกลไกระบบการสื่อสารของศิษย์เก่า-ศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 1 ผลงาน (Brand Ambassador + Alumni) ผูกอบรมนินิตเพื่อเป็นตัวแทนนำเสนอภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย</p>	<p>3.5 กิจกรรมสื่อสารเชิงนโยบายขององค์กรและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย (ผู้บริหาร)</p>							
	<p>11. จำนวนของชิ้นงานการเผยแพร่ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย (ข่าว,Aw, คลิป,สื่อทุกรูปแบบที่ผลิต) จำนวน 2,000 ชิ้นงาน</p> <p>12. มีผู้เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมการของฝ่ายสื่อสารองค์กรด้านการสร้างเครือข่าย/การพัฒนาทักษะ/เกินร้อยละ 50 จากกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด</p>	<p>4.โครงการสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย</p> <p>ทักษิณ</p> <p>4.1 กิจกรรมมหาวิทยาลัย ทักษิณพบสื่อมวลชน 2 วิทยาเขต</p> <p>4.2 กิจกรรมที่เลี้ยงในการจัดทำสื่อให้กับหน่วยงานต่างๆ (จัดอบรมระบบส่งข่าว,ระบบภาพ,การยิงAds)</p> <p>4.3 กิจกรรมเครือข่ายสื่อสารองค์กรระดับมหาวิทยาลัย (มหาวิทยาลัยกลุ่ม2)</p>	<p>7.4ก (ฉ-2) จำนวนของชิ้นงานการเผยแพร่ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย (ข่าว,Aw,คลิป ,สื่อทุกรูปแบบที่ผลิต)</p>	<p>2,000 ชิ้นงาน</p>	<p>2,500 ชิ้นงาน</p>	<p>3,000 ชิ้นงาน</p>	<p>3,500 ชิ้นงาน</p>	<p>4,000 ชิ้นงาน</p>	

		4.4 กิจกรรมสร้างนิสิต TSU Ambassador (นิสิตปี1,2)							
		5.โครงการบริหารจัดการ สถานีวิทยุ 2 วิทยาเขต 5.1 การปรับปรุงห้องสตูดิโอ 5.2 จัดทำบอร์ดนิทรรศการ							
บริหารจัดการองค์กรสู่ ความเป็นเลิศและ ยั่งยืน เน้นให้บุคลากร มีส่วนร่วมในการ พัฒนาตนเอง และร่วม คิด ทำและวางแผน เพื่อให้เกิดความผูกพัน ในองค์กร	1. ผลการประเมินส่วนงาน ตามเกณฑ์ EdPEX 3.00 2. บุคลากรได้รับการพัฒนา ตนเองอย่างน้อย 1 หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ80 3. ผลงานเชิงพัฒนาองค์กร ฝ่ายสื่อสารองค์กร เช่น คู่มือปฏิบัติงาน/ขั้นตอน การทำงาน ฯลฯ อย่างน้อย 1 ผลงาน	6.โครงการเพื่อพัฒนา องค์กรฝ่ายสื่อสารองค์กร ประจำปีงบประมาณ 2566 6.1 กิจกรรมทบทวนแผนกล ยุทธ์และแผนปฏิบัติการ ประจำปี 6.2 กิจกรรม Happy Work place 6.3 กิจกรรม KM 6.4 กิจกรรมพัฒนาบุคลากร	(7.5ข-2)(TSU 36) ร้อยละของ ตัวชี้วัดที่บรรลุเป้าหมายตาม แผนปฏิบัติการประจำปี (ปีงบประมาณ)	85	90	95	100	100	
			7.3ก-11ระดับความพึงพอใจ ของบุคลากรด้านบรรยากาศ การทำงาน	4.00	4.10	4.20	4.30	4.40	
			7.4ก-16 (TSU32) ระดับความ ผูกพันของบุคลากร	4.10	4.20	4.30	4.40	4.50	
			7.4ก-17 (TSU33) ดัชนี ความสุขของบุคลากรในทุก ระดับของมหาวิทยาลัย	80	85	90	95	98	
			7.3ก-20 ร้อยละของบุคลากร สายสนับสนุนที่ผ่านการ ทดสอบสมรรถนะด้าน ICT	100	100	100	100	100	

แผนปฏิบัติการฝ่ายสื่อสารองค์กรประจำปี พ.ศ. 2566

กิจกรรม	ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ												ผู้รับผิดชอบ
	พ.ศ. 2565			พ.ศ. 2566									
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1. โครงการสร้างแบรนด์ (ยุทธศาสตร์ 6 กลยุทธ์ 1)													
1.1 กิจกรรมเปิดตัวแบรนด์ใหม่				↔									วรรณ
1.2 ผลิตสติ๊กเกอร์ไลน์ TSU					↔	↔							วิชชุดา
1.3 จัดซื้อพื้นที่สื่อเพื่อการสื่อสารเชิงรุก				↔									เดือนเพ็ญ
1.4 จัดทำของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในรูปแบบต่างๆ ที่ทันสมัย มีคุณค่าและสะท้อนการเป็นนวัตกรรมสังคม								↔	↔				วิชชุดา
2.โครงการบริหารจัดการสถานีวิทยุ 2 วิทยาเขต													
2.1 ปรับปรุงห้องสตูดิโอ					↔	↔	↔						ปรเมศวร์
2.2 จัดทำบอร์ดนิทรรศการ					↔	↔	↔						นัยนา
2.3 ค่าใช้จ่ายปฏิบัติงานในวันหยุดนักขัตฤกษ์ของสถานี	↔				↔	↔							อารีย์
2.4 ค่าเรือโดยสารอากาศและอุปกรณ์				↔	↔								ไหมมู่หน๊ะ
3.โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยทักษิณ (ยุทธศาสตร์ 6 กลยุทธ์ 3)													
3.1 มหาวิทยาลัยทักษิณพบสื่อมวลชน 2 วิทยาเขต								↔	↔				ไหมมู่หน๊ะ
3.2 ฝึกอบรมการเขียนข่าวและการสร้างคอนเทนต์						↔	↔						วรรณ
3.3 กิจกรรมพี่เลี้ยงในการจัดทำสื่อให้กับหน่วยงานต่างๆ (ระบบส่งข่าว,ระบบภาพ,การยิงAds)								↔	↔				อารีย์
3.4 กิจกรรมเครือข่ายสื่อสารองค์กรระดับมหาวิทยาลัย (มหาวิทยาลัยกลุ่ม2)								↔	↔				วรรณ

กิจกรรม	ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ												ผู้รับผิดชอบ	
	พ.ศ. 2565			พ.ศ. 2566										
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		
7.2 กิจกรรมผลิตคลิปสั้นเพื่อเตรียมงาน TSU Open House 2023				←								→		ไหมมู่หน๊ะ จักรพรรดิ
8. ออกแบบและพัฒนา เว็บเพจ TSU Event Calendar ปฏิทินกิจกรรมมหาวิทยาลัยทักษิณ				←									→	อารีย์

มติที่ประชุม เห็นชอบแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของฝ่าย ทั้งนี้ประธานที่ประชุมมอบให้แต่ละบุคคลในฝ่ายสื่อสารองค์กร ดำเนินการทำแผนปฏิบัติงานรายบุคคลตามภาระงานและกิจกรรม/โครงการ (ตามสัญญาจ้างและข้อตกลงร่วม) เพื่อให้เห็นแผนการทำงานตลอดทั้งปี

4.3 เรื่องการเปิดตัวแบรนด์ใหม่ โดยนางสาววรรณ เอกhirัณยราษฎร์(หัวหน้าฝ่ายสื่อสาร
องค์กร)

กำหนดการ Grand Opening “TSU Rebrand”

วันที่ 25 มกราคม 2566 เวลา 09.00 - 11.30 น.

ณ หอประชุมดนตรี มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

และ รับชม Live สด ผ่านเพจ We TSU

เวลา 09.00 – 09.30 น.	ลงทะเบียนเข้าร่วมงาน
เวลา 09.30 – 10.00 น.	กิจกรรม Check & Share TSU Rebrand
เวลา 10.00 – 10.30 น.	Rebranding Talk โดย รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยทักษิณ
เวลา 10.30 – 11.30 น.	Grand Opening “TSU Rebrand”
เวลา 11.30 น.	เสร็จสิ้นกิจกรรม

ขั้นตอนการเปิดตัวงาน Grand Opening “TSU Rebrand”

วันที่ 25 มกราคม 2566 เวลา 09.00 - 11.30 น.

ณ หอประชุมดนตรี มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา

และ รับชม Live สด ผ่านเพจ We TSU

ลำดับ	กิจกรรม	หมายเหตุ
1	ลงทะเบียนหน้างาน	ผู้บริหาร-บุคลากร-นิสิตสงขลา500คน นิสิตพัทลุงชมผ่านไลฟ์สดห้องประชุมพัทลุง 300 คน
2	ผู้ร่วมงานเดินผ่านอุโมงค์ไฟ และถ่ายภาพเช็คอินกับป้ายงานTSU REBAND GRAND OPENING	อุโมงค์ไฟ เตรียมแล้ว ป้ายงานTSU REBAND GRAND OPENING รอ ดำเนินการ
3	ผู้บริหารเข้านั่งประจำแถวที่นั่งด้านหน้าโชนกลาง -บุคลากรและสื่อมวลชน นั่งปีกซ้ายมือของหอประชุม -นิสิตจำนวน 500 คน นั่งโชนกลาง	ทีมผู้บริหาร 30 คน ใส่เสื้อยืดสีขาว TSU โลโก้ใหม่
4	พิธีกรนำเล่นเกมส์/แจกรางวัล เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของนิสิต	แจกเสื้อยืดโลโก้ใหม่ ของที่ระลึกอื่นๆ
5	เริ่มกิจกรรมบนเวที โดยการเปิดแสง สี เสียง รวมทั้ง หน้าจอ	เปิดซาวนด์เสียงเร้าใจ
6	พิธีกร นำเข้าสู่งาน	ฉากบนจอฉาย TSU REBAND GRAND OPENING
7	การแสดงจินตลีลาที่เชื่อมโยงความเป็นTSUที่สดใส สร้างสรรค์ จากนิสิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ (10นาที)	ฉากบนจอฉาย เป็นฉากที่เชื่อมโยงกับการแสดง
8	นักแสดงนำโลโก้วางบนแท่น เชิญวางโลโก้ (ปิดผ้าที่โลโก้) พร้อมอธิการเดินออกมา จากหลังเวที	กราฟิกประกอบฉากการแสดง คลิปนับถอยหลัง
9	อธิการบดีเปิดผ้าโลโก้	คลิปเปิดตัวโลโก้ -เปเปอร์ชูตึงออกมาทั้ง2ฝั่งขอบเวทีด้านหน้า -sound เสียงมาร์ชมหาวิทยาลัยแนวใหม่ที่ทำขึ้น -เสียงส่องที่โลโก้
10	อธิการพูด Rebranding Talk (ทำไมต้องรีแบรนด์) (30นาที)	คลิปเปิดตัวโลโก้ฉายจนอธิการพูดจบ
11	คณะผู้บริหารที่สวมเสื้อยืดTSU สีขาว ประกอบด้วย รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี คณบดี13 คณะ ขึ้นบน เวที เพื่อร่วมเป็นสักขีพยานการเปิดตัว TSU REBAND พร้อมเพรียงทุกคน	-เสียงตื้นตันเร้าใจเปิดขึ้นขณะที่ผู้บริหารเดินขึ้นเวที - ฉากเป็นโลโก้ทุกคณะ/หน่วยงาน -พิธีกรส่งสัญญาณให้ทุกคนใน Hall ประบมือ

12	ช่างภาพถ่ายภาพทีมบริหารบนเวที	
	จบการไลฟ์สด	
	เมื่อผู้บริหารลงจากเวที จะมีฝ่ายต้อนรับมอบของที่ระลึกแก่ผู้บริหาร 30 คน	เซ็มกลัด TSU
	อธิการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน	
	ผู้บริหารและสื่อมวลชนรับประทานอาหารว่าง	setbox จำนวน 50 ชุด (ฝ่ายต้อนรับจัดเตรียม)

***ทีมงานใส่เสื้อยืดสีฟ้า สกรีนโลโก้แบรนด์ใหม่

ได้มีการปรับกำหนดการขั้นตอนการเปิดงานแบบละเอียด เพื่อให้คนทำงานได้วางระบบงานระบบคนทำงานได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น (ตามตารางขั้นตอนที่แนบข้างต้น) และจะมีการซ้อมย่อยในวันที่ 20 มกราคม 2566 และเตรียมซ้อมจริงในวันที่ 24 มกราคม 2566

มติที่ประชุม เห็นชอบการจัดงาน TSU REBRAND GRAND OPENING และดำเนินการตามแผนที่กำหนด

ระเบียบวาระที่ 5 เรื่องอื่น ๆ

-ไม่มี-

ปิดประชุมเวลา 17.00 น.



(นางสาววรรณฯ ซอและ)

เจ้าหน้าที่บริหารงาน

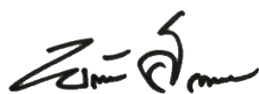
ผู้จัดบันทึกรายงานการประชุม



(นางสาวรณัน เอกหิรัณยราษฎร์)

หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร

ผู้ตรวจบันทึกรายงานการประชุม



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒนา ศิริกุลพิพัฒน์)

ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร

ผู้รับรองรายงานการประชุม

