

การให้บริการด้านศิลปกรรม

ผู้กำกับดูแล	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร
ผู้ควบคุมงาน	หัวหน้าหน่วยศิลปกรรม
หน่วย/งาน	สื่อสารองค์กร

ข้อกำหนด ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความต่อเนื่อง ตลอดปีงบประมาณ...

**Risks**

งานเร่งด่วน  
ขาดการวางแผน และขาดข้อมูลที่สำคัญสำหรับการผลิตชิ้นงาน

Suppliers (S)	Inputs (I)	Process (P)	Outputs (O)	Customers (C)
1. ผู้บริหาร 2. สำนักงานคณบดี 3. ภาควิชา/school/หน่วยวิจัยต่างๆ 4. หน่วยงานภายนอก 5. กิจกรรมของงาน สอ.	1. ข้อมูลสำหรับการผลิตสื่อ	1. กรอกใบขอใช้บริการ 2. ดำเนินการผลิตสื่อ 3. ตรวจสอบโดยผู้ขอใช้บริการ 4. ส่งมอบงาน 5. ประเมินผลการปฏิบัติงาน	1. สื่อต่างๆป้ายคัดเอาท์และสื่อขนาดใหญ่ 2. นิทรรศการจัดดอกไม้ประดับตกแต่งเวทีและสถานที่ 3. ให้บริการสตูดิโอถ่ายภาพ	1. คณาจารย์ 2. บุคลากร 3. นักศึกษา 4. หน่วยงานภายนอก
ตัววัดนำ	ตัววัดนำ ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ตัววัดนำ ช่องทางและจำนวนครั้งในการประชาสัมพันธ์	ตัววัดตาม ความพึงพอใจต่อผลงาน	ตัววัดตาม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**KM**

ปรับปรุง → นวัตกรรม

P11.1 การประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์องค์กร

ผู้กำกับดูแล	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร
ผู้ควบคุมงาน	หัวหน้างานสื่อสารองค์กร

**ข้อกำหนด** กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารและรับรู้ถึงภาพลักษณ์ขององค์กรได้เป็นอย่างดี

**ความต่อเนื่อง** ตลอดปีงบประมาณ...

**Risks**  
ข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อด้านลบกับภาพลักษณ์องค์กร

Suppliers (S)	Inputs (I)	Process (P)	Outputs (O)	Customers (C)
1. ผู้บริหาร 2. สำนักงานคณบดี 3. ภาควิชา/school/หน่วยวิจัยต่างๆ 4. หน่วยงานภายนอก 5. กิจกรรมของงาน สอ.	1. ข่าวกิจกรรม 2. ข่าวประกาศ 3. หลักสูตร / งานวิจัย	1. วางแผนการดำเนินงาน พร้อมเตรียมเนื้อหา 2. เลือกสื่อที่ต้องการสื่อสาร 3. ผลิตสื่อ 4. ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ 5. ประเมินผลการประชาสัมพันธ์	1. ได้รับข่าวสาร 2. คณะมีภาพลักษณ์ที่ดี 3. มีความร่วมมือต่างๆด้านการเรียนการสอน/ การวิจัย 4. มีจำนวนนักเรียนเข้าศึกษามากขึ้น	1. สื่อมวลชน/บุคคลทั่วไป 2. นักเรียน/นักศึกษา 4. อาจารย์ นักวิจัย 5. หน่วยงานการศึกษา/วิจัย 6. บุคลากรของคณะ
ตัววัดนำ	ตัววัดนำ ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	ตัววัดนำ ความสำเร็จของกระบวนการ	ตัววัดตาม เข้าถึงได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย	ตัววัดตาม กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารและภาพลักษณ์องค์กร

**KM**

ปรับปรุง → นวัตกรรม

**P11.3** การจัดกิจกรรมพิเศษ

**ผู้กำกับดูแล** ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายสื่อสารองค์กร  
**ผู้ควบคุมงาน** หัวหน้าหน่วยกิจกรรมพิเศษ

ข้อกำหนด เกิดความร่วมมือในการจัดกิจกรรม และกิจกรรมได้ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์การจัดงาน

ความต่อเนื่อง ตลอดปีงบประมาณ...

**Risks**

กลุ่มเป้าหมาย  
ไม่ให้ความ  
ร่วมมือในการ  
เข้าร่วมกิจกรรม

Suppliers (S)	Inputs (I)	Process (P)	Outputs (O)	Customers (C)
1. ผู้บริหาร 2. สำนักงานคณบดี 3. ภาควิชา/school 4. กิจกรรมหลักของงาน สอ.	1.กิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมที่ ดีงามขององค์กร 2. กิจกรรมที่เสริมสร้างความรัก ความสามัคคี 3.กิจกรรมที่สร้าง <b>Social                      Engagement</b>	1.วางแผนรูปแบบการจัดกิจกรรม 2. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ 3. จัดเตรียมสถานที่ 4.จัดกิจกรรมต่างๆ 5. ประเมินผลการจัดงาน	1.เกิดความร่วมมือในการเข้าร่วม กิจกรรม	1.บุคลากรของคณะฯ 2. บุคคลภายนอกที่ให้ความสนใจ
ตัววัดนำ	ตัววัดนำ รายละเอียดของกิจกรรม	ตัววัดนำ ความสำเร็จของกระบวนการ	ตัววัดตาม เข้าถึงได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย	ตัววัดตาม กลุ่มเป้าหมายได้รับประโยชน์สูงสุด

**KM**

ปรับปรุง

นวัตกรรม