

ສຳເນົາສັງລະອຽດ

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน โดยคณะกรรมการคุณภาพภายใน มหาวิทยาลัยเกริก

รายงานผู้ประเมินคุณภาพภายใน

- | | |
|---|---------------------|
| 1) ดร.ครุณี ชูประยูร | ประธานกรรมการ |
| 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศรัณพร ชวนเกริกกุล | กรรมการ |
| 3) นางสุภา jin ตามงคล | กรรมการและเลขานุการ |

วัน / เดือน / ปีที่ประเมิน 14 มิถุนายน 2562

ชื่อหน่วยงาน สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด

สรุปข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงาน (จุดเน้น , สัมฐาน โดยย่อ)

สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด เดิมเป็นหน่วยงานหนึ่งของสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร โดยฝ่ายสื่อสารองค์กรมีหน้าที่ในการสร้างและรักษาภาพลักษณ์ที่ดี เพย์แพร์ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร โครงการกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกได้รับรู้ข่าวสาร ผู้เน้นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย รวมทั้งหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย อาทิ ชุมชน สถาบันต่าง ๆ ตลอดจนองค์กรต่างๆ โดยการสนับสนุนกิจกรรมภายในชุมชนใกล้เคียง และการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับผลงานด้านวิชาการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ของนักศึกษาและคณาจารย์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัย โดยมีหน้าที่จัดทำแผนการดำเนินกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน ประชาสัมพันธ์และสร้างความสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กรร่วมกับผู้บริหาร บริหารและควบคุมภาพรวมของงานประชาสัมพันธ์และงานสื่อสารองค์กร พลิตสื่อและบริหารสื่อ New Media (Website, Social Media, Interactive Media) เป็นตัวกลางในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร สร้างเครือข่ายเพื่อสื่อสารข้อมูลสื่อใหม่ทางเว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ สื่อดิจิทัล

ปรัชญา ปณิธาน และวิสัยทัศน์ ดังนี้

- ปรัชญา : วิชชา จร旦 สมปุนโน “ความรู้ทำให้องอาจ”
ปณิธาน : เป็นผู้ให้บริการด้านการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ สื่อสารสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับคณะ / สาขา และหน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเป้าหมายและสังคม

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

วิสัยทัศน์ : เป็นผู้นำในการแสดงห้องค์ความรู้ พัฒนาและสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยในการผลิตบัณฑิต งานวิจัย งานวิชาการและกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยและสังคม

โดยมีวัตถุประสงค์หลักที่ยึดถือปฏิบัติ 4 ข้อ ดังนี้

- เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- เพื่อคุ้มครองและบริหารสื่อ New Media (Website, Social Media, Interactive Media) อีกทั้งวางแผนสื่อสารออนไลน์สำหรับการประชาสัมพันธ์องค์กร
- เพื่อเป็นตัวกลางในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- เพื่อสร้างทีมงานสื่อสารข้อมูลทางเว็บไซต์และสื่อออนไลน์

วิธีประเมิน

1. การวางแผนและการประเมิน

❖ การเตรียมการและวางแผนก่อนตรวจเยี่ยม

คณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายในของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด กำหนดการตรวจรายงานการประเมินตนเองของสำนักฯ ในวันศุกร์ที่ 14 มิถุนายน 2562 เวลา 09.00 น. ณ ห้องประชาสัมพันธ์ ชั้น 2 อาคาร ดร.เกริก ระยะเวลาในการตรวจ 1 วัน ก่อนการตรวจประเมิน ประธานกรรมการฯ มอบหมายให้คณะกรรมการฯ อ่านรายงานการประเมินตนเองของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ก่อนล่วงหน้า และในวันตรวจประเมินให้คณะกรรมการฯ ร่วมกันพิจารณาหลักฐานแต่ละองค์ประกอบไปพร้อม ๆ กัน ในกรณีที่มีประเด็นข้อสงสัย คณะกรรมการฯ จะสอบถามกับบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และขอให้ชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม อีกทั้งได้ให้บุคลากรของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ร่วมแสดงความคิดเห็นหลังจากเสร็จสิ้นการตรวจประเมิน โดยคณะกรรมการฯ เชิญบุคลากรเข้ารับฟังผลการตรวจประเมิน

❖ การดำเนินการระหว่างตรวจเยี่ยม (ศึกษาเอกสาร / เยี่ยมชมสภาพจริง / สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

ก่อนดำเนินการตรวจประเมิน ประธานกรรมการฯ ได้กล่าวกับผู้อำนวยการสำนักฯ และบุคลากรของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ถึงแนวทางในการตรวจ และผู้อำนวยการสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ได้กล่าวต้อนรับและรายงานการดำเนินการบริหารงานของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด เกี่ยวกับการจัดทำรายงานประเมินตนเองในครั้งนี้ จากนั้นคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการตรวจรายงานการประเมินตนเองของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ตามองค์ประกอบที่ 1, 2 และ 7 พร้อมตรวจสอบเอกสารหลักฐานว่ามีน้ำหนักเพียงพอตามตัวบ่งชี้นั้น ๆ หรือไม่ สำหรับประเด็นที่ไม่สามารถหาข้อชี้ชัดได้จากหลักฐานที่มีอยู่ คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการสอบถามและขอข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคลากรของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

ในการนี้ คณะกรรมการฯ ได้สัมภาษณ์บุคลากรของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ประกอบด้วย ผู้อำนวยการสำนักฯ หัวหน้างาน และเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 ราย และสัมภาษณ์อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษาที่มาใช้บริการ จำนวน 6 ราย ซึ่งทุกคนได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบข้อซักถาม ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ จากนั้นคณะกรรมการฯ ได้เยี่ยมชมสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด

❖ การดำเนินการหลังตรวจเยี่ยม

หลังจากคณะกรรมการฯ ตรวจเอกสารหลักฐานและสัมภาษณ์บุคลากรของสำนักสื่อสารองค์กรฯ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว คณะกรรมการฯ ได้เชิญบุคลากรของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด เข้ารับฟังผลการตรวจประเมิน และซักถามเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังหาข้อสรุปได้ไม่ชัดเจน คณะกรรมการฯ ได้ให้ข้อเสนอแนะในรายละเอียดของเล่มรายงานการประเมินตนเอง และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาปรับปรุงรายงานการประเมินตนเองของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ในปีต่อไป

ผลการตรวจประเมินครั้งนี้ พบว่า สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ได้เสนอรายงานการประเมินตนเอง พร้อมหลักฐานที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของคณะกรรมการฯ

2. วิธีการตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูล

คณะกรรมการฯ ตรวจสอบความถูกต้องของรายงานการประเมินตนเอง (SAR) โดยทำการประเมินแต่ละองค์ประกอบ ส่วนของการสรุป การตรวจสอบเอกสารหลักฐาน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการเยี่ยมชมสถานที่ ซึ่งผลจากการตรวจสอบเอกสารหลักฐานต่าง ๆ จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงผลการดำเนินงานเป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้

ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ (รายงานตามตารางที่ ป.1 – ป.2)

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

ตาราง ส.1 ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ตามองค์ประกอบคุณภาพ

ตัวบ่งชี้คุณภาพ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน		บรรดู เป้าหมาย	คะแนน ประเมิน
		ตัวตั้ง	ผลลัพธ์		
		ตัวหาร			
ตัวบ่งชี้ 1.1 กระบวนการพัฒนาแผน			6	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อหน่วยงาน			4.74	P	4.74
ตัวบ่งชี้ 2.20 การพัฒนาระบบสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์			5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.21 การดำเนินการรับนักศึกษา			5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.22 การดำเนินการแนะนำการศึกษา			5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.23 การส่งรายงานการประเมินตนเอง			5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 7.1 การพัฒนาสถาบันสู่องค์กรการเรียนรู้			5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 7.2 ระบบบริหารความเสี่ยง			4	P	4.00

หมายเหตุ

- หน่วยงานสามารถกำหนดค่าเป้าหมายได้เองตามต้องที่ประชุมของหน่วยงาน
- หน่วยงานสามารถกรอกข้อมูลได้กำหนดผลการดำเนินงานในช่องที่กำหนดดังต่อไปนี้
 - ถ้าเป็นตัวบ่งชี้กระบวนการหรือค่าความพึงพอใจให้กรอกข้อมูลที่เป็นผลการดำเนินงาน ตามจำนวนข้อที่ได้ทำ หรือค่าคะแนนความพึงพอใจที่ได้ในช่องผลลัพธ์ แล้วโปรแกรมจะทำการคำนวณโดยอัตโนมัติ
 - ถ้าเป็นตัวบ่งชี้ผลผลิต ที่ต้องแสดงการคำนวณ ให้ใส่ข้อมูลที่เป็นตัวเลขได้ในช่องตัวตั้งตัวหารเท่านั้น แล้วโปรแกรมจะทำการคำนวณโดยอัตโนมัติ
- ในตาราง ส.2 หน่วยงานไม่ต้องกรอกข้อมูลใดๆ โปรแกรมจะดำเนินการคำนวณเองโดยอัตโนมัติหน่วยงานสามารถกรอกข้อมูลได้ในช่องเป้าหมายและช่องผลดำเนินงานที่เป็นช่องขาวเท่านั้น ในช่องที่มีสีเขียวเข้ม ซ่องสีชมพู ซ่องบรรดู เป้าหมาย และช่องคะแนนประเมินนั้น ไม่สามารถกรอกข้อมูลได้ เนื่องจากสำนักฯ ได้ตั้งค่าการคำนวณและล็อกไว้ ไม่สามารถแก้ไขได้ หากต้องการแก้ไข กรุณาแจ้งกลับที่สำนักฯ เพื่อจัดให้ดำเนินการแก้ไข

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

ตาราง ส 2. ผลการประเมินตามองค์ประกอบคุณภาพ

องค์ประกอบ	คะแนนการประเมินเฉลี่ย				ผลการประเมิน	หมายเหตุ
	I	P	O	เฉลี่ย		
1. ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และแผน ดำเนินการ		5.00		5.00	ระดับดีมาก	
2. การกิจกรรมของหน่วยงาน		5.00	4.74	4.95	ระดับดีมาก	
7. การบริหารจัดการ		4.50		4.50	ระดับดี	
เฉลี่ยรวมทุกตัวบ่งชี้ของทุก องค์ประกอบ		4.86	4.74	4.84	ระดับดีมาก	

ผลการประเมิน

0.00 - 1.50 การดำเนินงาน ต้องปรับปรุงเร่งด่วน

1.51 - 2.50 การดำเนินงาน ต้องปรับปรุง

2.51 - 3.50 การดำเนินงาน ระดับพอใช้

3.51 - 4.50 การดำเนินงาน ระดับดี

4.51 - 5.00 การดำเนินงาน ระดับดีมาก

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

จุดแข็ง จุดอ่อน และข้อเสนอแนะของแต่ละองค์ประกอบและมาตรฐาน (ระบุจุดเด่น วิธีปฏิบัติและผลการดำเนินงานที่เป็นแบบอย่างที่ดี หรือนวัตกรรมที่สร้างขึ้น ตลอดจนเงื่อนไขของความสำเร็จ ระบุจุดที่ควรพัฒนาพร้อมทั้งสาเหตุของปัญหาและข้อเสนอแนะ)

องค์ประกอบที่ 1 ประชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และแผนดำเนินการ

จุดแข็ง

มีการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานประจำปี ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานและนโยบายของมหาวิทยาลัย และมีการนำผลการพิจารณา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของคณะกรรมการบริหารหน่วยงานไปปรับปรุงแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานประจำปี และมีท่าน ศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์กระแสง ชนะวงศ์ อธิการบดี เป็นที่ปรึกษาของสำนักฯ อีกทั้งบุคลากรในสำนักฯ มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตสื่อ การทำข่าว ผ่านการอบรมทางด้านการผลิตทั้งภายในและภายนอก

จุดอ่อน

1. ควรให้คณะกรรมการบริหารหน่วยงานประเมินผลการดำเนินงานประจำปี เพื่อที่จะได้นำผลการพิจารณา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะไปปรับปรุงแผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานประจำปี
2. ควรเพิ่มบุคลากรเพื่อรองรับปริมาณงานปัจจุบันและอนาคตที่จะเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มวัสดุอุปกรณ์ให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพให้ก้าวทันเทคโนโลยีที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว
2. ควรปรับปรุงสถานที่ตั้งของสำนักฯ ให้เห็นชัดเจนเพื่อนักศึกษา บุคลากรภายนอกสามารถติดต่อได้สะดวก
3. ควรสนับสนุนบุคลากรให้การศึกษาเพื่อเพิ่มคุณวุฒิการศึกษาที่สูงขึ้น

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

องค์ประกอบที่ 2 การกิจกรรมของหน่วยงาน

ขดแม้ง

มีแผนงานการให้บริการของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด มีการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ให้แก่คณาจารย์และบุคลากร ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีการนำผลการประเมินและข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และหาแนวทางในการปรับปรุงแผนการให้บริการในปีถัดไป

ขดอ่อน

ควรเพิ่มอัตราบุคลากร เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ตามภารกิจหลักของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

องค์ประกอบที่ 7 การบริหารและการจัดการ

ขุดแข็ง

สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด มีการพัฒนาเทคโนโลยี และให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ

อีกทั้งมหาวิทยาลัยเกริกมีการเปลี่ยนแปลงเข้าของกิจการ โดยมีผู้ถือหุ้นจากประเทศจีน และได้เชิญศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์กระแสง ชนวงศ์ อธิตรองนายกรัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่างประเทศ รัฐมนตรีว่าการทบวงมหาวิทยาลัย มาเป็นอธิการบดี

ขุดล่อ

1. ขาดการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนบริหารความเสี่ยง และรายงานต่อกคณะกรรมการดำเนินงานเพื่อพิจารณาปรับปรุงแผนฯ ในปีการศึกษาดังไป
2. ขาดความร่วมมือในการให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านหลักสูตรใหม่ ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรให้บุคลากรของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด มีโอกาสพัฒนาตนเองด้วยการเข้าอบรมสัมมนาในด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตลอดเวลา เพื่อให้เกิดทักษะและประสบการณ์ใหม่ ๆ มาใช้ประโยชน์กับหน่วยงานอย่างเหมาะสม
2. ควรพัฒนาศักยภาพบุคลากรในสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด โดยมีการสนับสนุนให้บุคลากรได้เลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจตามโครงการสร้างของหน่วยงานให้สอดคล้องและเหมาะสม

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

ภาคผนวก

- ตารางการตรวจเยี่ยม

วันศุกร์ที่ 14 มิถุนายน 2562

- เวลา 09.00 น. - คณะกรรมการตรวจประเมินฯ เดินทางถึงสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด
ณ ห้องประชุมพันธ์ ชั้น 2 อาคาร ดร.เกริก
- เวลา 09.00-09.30 น. - ประธานกรรมการตรวจประเมินฯ ชี้แจงวัตถุประสงค์และแผนการตรวจประเมินฯ ถึงแนวทางในการตรวจประเมินการศึกษาภายใน
ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด นำเสนอผลการดำเนินงาน
ของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ตลอดปีการศึกษา 2561
- เวลา 09.30-10.30 น. - คณะกรรมการตรวจประเมินฯ ตรวจสอบ SAR พร้อมเอกสารอ้างอิงของ
องค์ประกอบที่ 1 องค์ประกอบที่ 2 และองค์ประกอบที่ 7
- เวลา 10.30-11.30 น. - สัมภาษณ์
(1) พอ.สำนักฯ หัวหน้างาน และบุคลากรของสำนักสื่อสารองค์กรและ
การตลาด
(2) อาจารย์และเจ้าหน้าที่ ที่มาใช้บริการ
(3) นักศึกษาที่มาใช้บริการ
- เวลา 12.00-13.00 น.- รับประทานอาหารกลางวัน
- เวลา 13.00-14.00 น. - ประชุมคณะกรรมการตรวจประเมินฯ
- เวลา 14.00-15.00 น. - คณะกรรมการตรวจประเมินฯ นำเสนอสรุปรายงานผลในแต่ละองค์ประกอบ
ต่อบุคลากรสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด
- เวลา 15.30 น. - คณะกรรมการตรวจประเมินฯ เดินทางกลับ

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

- บันทึกภาคสนาม (เช่น รายละเอียดในการสัมภาษณ์ของอาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา และศิษย์เก่า)
สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์

คณะกรรมการฯ ได้สัมภาษณ์บุคลากรของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด ประกอบด้วย ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด หัวหน้างานและเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 ราย ซึ่งผลการสัมภาษณ์แบ่งตามความรับผิดชอบ ดังนี้

ฝ่ายสื่อสารองค์กร ซึ่งประกอบด้วย งานผลิตสื่อ Digital และ Social Media และงานสื่อสารการตลาด และศิษย์เก่าสัมพันธ์ ผลการสัมภาษณ์พบว่ามีจุดอ่อนที่ควรแก้ไข คือ

1. เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตสื่อ ไม่ทันสมัยและไม่เพียงพอ
2. ไม่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยเท่าที่ควร
3. งบประมาณในการดำเนินงานของฝ่ายสื่อสารองค์กรมีจำกัด
4. บุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการสำหรับคณะและสำนักต่าง ๆ ภายในองค์กร

ศูนย์แนะแนวการศึกษา ประกอบด้วย งานแนะแนวการศึกษาและงานรับสมัครนักศึกษา ผลการสัมภาษณ์พบว่ามีจุดอ่อนที่ควรแก้ไข คือ

1. บุคลากรในการแนะแนวการศึกษามีไม่เพียงพอ
2. รถยนต์มหาวิทยาลัยไม่สามารถให้บริการได้ เนื่องจากติดภารกิจประจำของมหาวิทยาลัยทางด้านอื่น
3. โรงเรียนกลุ่มเป้าหมายไม่สามารถให้วันเวลาต่องานแนะแนวการศึกษาล่วงหน้าได้
4. นักเรียนกลุ่มเป้าหมายขาดแคลนทุนทรัพย์ในการศึกษาเล่าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา
5. ไม่มีรถรับส่งนักศึกษาจากหอพักมามหาวิทยาลัย
6. อาจารย์แนะแนวไม่สะทึกระดับความสามารถของนักศึกษาเนื่องติดภารกิจในการสอน
7. หลักสูตรในการรับสมัครบางหลักสูตรยังไม่พร้อม
8. ระบบการรับสมัครภายในมหาวิทยาลัยไม่สามารถตรวจสอบได้อย่างรวดเร็ว
9. สื่อทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยมีข้อมูลรายละเอียดไม่ครอบคลุมสำหรับการตัดสินใจของนักศึกษาในการเข้าศึกษาต่อ

คณะกรรมการฯ ได้สัมภาษณ์อาจารย์และเจ้าหน้าที่ที่มาใช้บริการสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด จำนวน 2 ราย ดังนี้

1. อาจารย์นิภาวรรณ ภูจอม อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ
2. นางสาวรัชนี ทะชัย บุคลากรประจำงานแนะแนวการศึกษา

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจและประทับใจในการให้บริการของสำนักฯ อีกทั้งบุคลากรให้ความเป็นกันเองและปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว เช่น การถ่ายรูป และจัดกิจกรรมทำวิเดิทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์สาขาวิชา หรือในกรณีที่มีชาวต่างประเทศ อาทิ ชาวจีนมาเยี่ยมชมมหาวิทยาลัยเกริก บุคลากรของ

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)
สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาดได้ให้ความอนุเคราะห์จัดทำป้ายต้อนรับ ป้ายชื่อตั้งโต๊ะ อย่างรวดเร็ว พร้อมบันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวด้วยความเต็มใจ

อนึ่ง การตลาดของมหาวิทยาลัยยังไม่ก้าวขวางพอดี เพราะงบประมาณที่ได้มีจำกัด ซึ่งไม่เพียงพอต่อการประชาสัมพันธ์ และมหาวิทยาลัยควรมีการประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาหรือข่าวประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ทุกช่วงเวลา ไม่ใช่เฉพาะช่วงเทศกาลรับนักศึกษาใหม่ ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายของมหาวิทยาลัยอีกช่องทางหนึ่ง

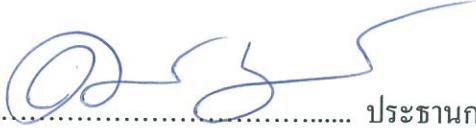
และคณะกรรมการฯ ได้สัมภาษณ์นักศึกษาที่มาใช้บริการสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด จำนวน 4 ราย ดังนี้

1. 601-00-0225 นางสาวกนกวรรณ วารีศ	สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์	ชั้นปีที่ 3
2. 601-00-0149 นางสาวพิชญา คงเสนีย์	สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์	ชั้นปีที่ 3
3. 601-00-0093 นางสาวอรุณยา บุรุสิทธิ์	สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์	ชั้นปีที่ 3
4. 611-00-0070 นางสาวกมลวัลย์ วีรพลศิลป์	สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน	ชั้นปีที่ 2

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความพึงพอใจและประทับใจในการให้บริการของสำนักฯ อาทิ บุคลากรให้คำแนะนำเป็นอย่างดี มีการประชาสัมพันธ์โดยช่องทางติดตามข่าวสารจากเฟสบุ๊คที่ทันสมัย ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เทคโนโลยีในมหาวิทยาลัย (คอมพิวเตอร์ โปรแกรมและการใช้งาน) ยังไม่ทันสมัย
2. การประชาสัมพันธ์ ยังขาดความชัดเจนในการประชาสัมพันธ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านบอร์ด และอื่น ๆ
3. ควรจัดกิจกรรมช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และเน้นข้อมูลกิจกรรมของนักศึกษาให้มากขึ้น อาทิ การจัดโครงการต่าง ๆ การประกวดการแข่งขันต่าง ๆ ฯลฯ
4. โรงอาหาร ควรจัดหาร้านอาหารที่หลากหลาย ราคาถูกและอาหารมีคุณภาพ
5. ห้องน้ำ ควรมีการบำรุงรักษา เช่น ห้องน้ำไม่สามารถใช้งานได้ เช่น ห้องน้ำมี 5 ห้อง แต่ใช้ได้เพียงห้องเดียว
6. ห้องสมุด ควรจัดให้มีหนังสือที่หลากหลายมากขึ้น
7. ควรประชาสัมพันธ์การใช้บริการของหน่วยงานต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น
 - การลงทะเบียนควรประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน ว่าจัดลงทะเบียนห้องใดและวัน เวลา ใด
 - ควรประชาสัมพันธ์แหล่งที่ตั้งของสำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด พร้อมระบุกิจกรรม
 - ควรประชาสัมพันธ์แหล่งที่ตั้งหน่วยงานต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยให้ชัดเจนและสะดวกในการติดต่อ

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน (สำนักสื่อสารองค์กรและการตลาด)

ลงนาม  ประธานกรรมการ
(ดร.ธรัณี ชูประยูร)

ลงนาม  กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศรัณพร ชวนเกริกกุล)

ลงนาม  กรรมการและเลขานุการ
(นางสุภา จันดามงคล)