

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษากายใน
โดยคณะผู้ประเมินคุณภาพกายใน
มหาวิทยาลัยเกริก

รายนามคณะผู้ประเมินคุณภาพกายใน

- | | |
|---|---------------|
| 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม | ประธานกรรมการ |
| 2) อาจารย์นิภาวรรณ ภูจ่อม | กรรมการ |
| 3) นางสาวศุภรานันท์ กาศพิมาย | เลขานุการ |

วัน / เดือน / ปีที่ประเมิน วันศุกร์ที่ 11 มิถุนายน 2564

ชื่อหน่วยงาน ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์

สรุปข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงาน

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2563 ตั้งอยู่ที่ อาคาร ดร.เกริก ชั้น 1 (ศูนย์รับสมัครและงานความร่วมมือทางวิชาการ) มหาวิทยาลัยเกริก มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเกริก เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร การรับสมัครนักศึกษาใหม่ เพื่อจูงใจนักเรียนและนักศึกษาให้มาศึกษาที่มหาวิทยาลัย โดยเฉพาะ นักเรียนที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอาชีวศึกษา ให้มาสมัครเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี นอกจากนั้นยังมุ่งเน้นในระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก โดย ทำการตลาดแบบออนไลน์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ข่าวสารเพื่อให้เกิด ความเข้าใจที่ถูกต้อง และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัยเกริก

ปัจจุบันศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์บริหารงานภายใต้โครงสร้าง การบริหารของมหาวิทยาลัย โดยขึ้นตรงต่อผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการตลาด มีบุคลากรในศูนย์พัฒนา ภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 6 คน ได้แก่ หัวหน้าศูนย์ฯ จำนวน 1 คน และ เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ฯ จำนวน 5 คน



โดยมีปรัชญา ปณิธาน และภารกิจหลัก คือ

ปรัชญา : วิชาจรรยาบรรณปณิน "ความรู้ทำให้องอาจ"

ปณิธาน : มุ่งเน้นการให้บริการและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยเกริก พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาให้ทันสมัยผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ทุกรูปแบบ ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทันสมัยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ภารกิจหลักของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มี 3 ภารกิจหลัก ดังนี้

1. พัฒนาและเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเกริก
2. โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร หลักสูตร รับสมัครนักศึกษา ผ่านทางช่องทางสื่อออนไลน์
3. ให้ข้อมูลรายละเอียดการรับสมัคร แนะนำหลักสูตร และรับสมัครนักศึกษาผ่านทางช่องทางออนไลน์

วิธีประเมิน

1. การวางแผนและการประเมิน

❖ การเตรียมการและวางแผนก่อนตรวจเยี่ยม

คณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษายภายในของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ กำหนดการตรวจรายงานการประเมินตนเองของศูนย์ฯ ในวันศุกร์ที่ 11 มิถุนายน 2564 เวลา 09.00 น. ห้อง 1217 ใช้เวลาตรวจ 1 วัน ก่อนการตรวจประเมิน ประธานกรรมการฯ มอบหมายให้คณะกรรมการฯ อ่านรายงานการประเมินตนเองของศูนย์ฯ มาก่อนล่วงหน้า และในวันตรวจประเมิน ให้คณะกรรมการฯ ช่วยกันพิจารณาหลักฐานที่ละองค์ประกอบไปพร้อมๆ กัน ในกรณีที่มีประเด็นข้อสงสัย คณะกรรมการฯ จะสอบถามกับบุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยให้ชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม รวมทั้งได้ให้บุคลากรของศูนย์ฯ ร่วมแสดงความคิดเห็น หลังจากเสร็จสิ้นการตรวจประเมิน คณะกรรมการฯ เชิญบุคลากรเข้ารับฟังผลการตรวจประเมิน

❖ การดำเนินการระหว่างตรวจเยี่ยม (ศึกษาเอกสาร/เยี่ยมชมสภาพจริง/สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

ก่อนดำเนินการตรวจประเมิน ประธานกรรมการฯ ได้กล่าวกับหัวหน้าศูนย์ฯ และบุคลากรศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ถึงแนวทางในการตรวจ และหัวหน้าศูนย์ฯ ได้กล่าวต้อนรับและอธิบายถึงลักษณะการบริหารงานของศูนย์ฯ เกี่ยวกับการจัดทำรายงานการประเมินตนเองครั้งนี้ จากนั้นคณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการตรวจรายงานการประเมินตนเองของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ตามองค์ประกอบที่ 1, 2 และ 7 พร้อมตรวจสอบเอกสารหลักฐานว่ามีน้ำหนักเพียงพอตามตัวบ่งชี้หรือไม่ สำหรับในประเด็นที่ไม่สามารถหาข้อ



ที่จัดทำได้จากหลักฐานที่มีอยู่ คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการสอบถามและขอข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคลากรของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง

ในการนี้ คณะกรรมการฯ ได้มีการสัมภาษณ์บุคลากรของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ซึ่งทุกคนได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบข้อซักถาม ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ จากนั้นคณะกรรมการฯ ได้เยี่ยมชมศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์

❖ การดำเนินการหลังตรวจเยี่ยม

หลังจากคณะกรรมการฯ ตรวจเอกสารหลักฐานและสัมภาษณ์บุคลากรศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว คณะกรรมการฯ ได้เชิญบุคลากรศูนย์ฯ เข้ารับฟังผลการตรวจประเมิน และซักถามเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังหาข้อสรุปได้ไม่ชัดเจน คณะกรรมการฯ ได้ให้ข้อเสนอแนะในรายละเอียดของเล่มรายงานการประเมินตนเอง และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาปรับปรุงรายงานการประเมินตนเองของศูนย์ฯ ในปีต่อไป

ผลการตรวจประเมินครั้งนี้ พบว่า ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ได้มีการเสนอรายงานการประเมินตนเอง พร้อมหลักฐานที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของคณะกรรมการฯ

2. วิธีการตรวจสอบความถูกต้องนำเชื่อถือของข้อมูล

คณะกรรมการฯ ตรวจสอบความถูกต้องนำเชื่อถือของรายงานประเมินตนเอง (SAR) โดยทำการประเมินแต่ละองค์ประกอบ ส่วนของการสรุป การตรวจสอบเอกสารหลักฐาน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการเยี่ยมชมสถานที่ ซึ่งผลจากการตรวจสอบเอกสารหลักฐานต่างๆ จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงผลการดำเนินงานเป็นไปตามเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้

ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ (รายงานตามตารางที่ ป.1 – ป.2)



ตาราง ส.1 ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ตามองค์ประกอบคุณภาพ

ตัวบ่งชี้คุณภาพ	เป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน		บรรลุเป้าหมาย	คะแนนประเมิน
		ตัวตั้ง	ผลลัพธ์		
		ตัวหาร			
ตัวบ่งชี้ 1.1 กระบวนการพัฒนาแผน	6		6	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อหน่วยงาน	4		4.20	P	4.20
ตัวบ่งชี้ 2.20 การพัฒนาระบบสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.21 การดำเนินการรับนักศึกษา	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.23 การส่งรายงานการประเมินตนเอง	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 7.1 การพัฒนาสถาบันสู่องค์กรการเรียนรู้	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 7.2 ระบบบริหารความเสี่ยง	4		4	P	4.00

หมายเหตุ

1. หน่วยงานสามารถกำหนดค่าเป้าหมายได้เองตามมติที่ประชุมของหน่วยงาน
2. หน่วยงานสามารถกรอกข้อมูลได้กำหนดผลการดำเนินงานในช่องที่กำหนดดังต่อไปนี้
 - 2.1 ถ้าเป็นตัวบ่งชี้กระบวนการหรือค่าความพึงพอใจให้กรอกข้อมูลที่เป็นผลการดำเนินงานตามจำนวนข้อที่ได้ทำ หรือค่าคะแนนความพึงพอใจที่ได้ในช่องผลลัพธ์ แล้วโปรแกรมจะทำการคำนวณโดยอัตโนมัติ
 - 2.2 ถ้าเป็นตัวบ่งชี้ผลผลิต ที่ต้องแสดงการคำนวณ ให้ใส่ข้อมูลที่เป็นตัวเลขได้ในช่องตัวตั้งตัวหารเท่านั้น แล้วโปรแกรมจะทำการคำนวณโดยอัตโนมัติ
3. ในตาราง ส.2 หน่วยงานไม่ต้องกรอกข้อมูลใดๆ โปรแกรมจะดำเนินการคำนวณเองโดยอัตโนมัติ

หน่วยงานสามารถกรอกข้อมูลได้ในช่องเป้าหมายและช่องผลดำเนินงานที่เป็นช่องขาวเท่านั้น ในช่องที่มีสีเขียวเข้ม ช่องสีชมพู ช่องบรรลุเป้าหมาย และช่องคะแนนประเมินนั้น ไม่สามารถกรอกข้อมูลได้ เนื่องจากสำนักฯ ได้ตั้งค่าการคำนวณและล็อคไว้ ไม่สามารถแก้ไขได้ หากต้องการแก้ไขกรุณาแจ้งกลับที่สำนักฯ เพื่อจักได้ดำเนินการแก้ไข

ตาราง ส 2. ผลการประเมินตนเองตามองค์ประกอบคุณภาพ

องค์ประกอบ	คะแนนการประเมินเฉลี่ย				ผลการประเมิน	หมายเหตุ
	I	P	O	เฉลี่ย		
1. ปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์ และแผนดำเนินการ		5.00		5.00	ระดับดีมาก	
2. ภารกิจหลักของหน่วยงาน		5.00	4.20	4.80	ระดับดีมาก	
7. การบริหารจัดการ		4.50		4.50	ระดับดี	
เฉลี่ยรวมทุกตัวบ่งชี้ของทุกองค์ประกอบ		4.83	4.20	4.74	ระดับดีมาก	

ผลการประเมิน

0.00 - 1.50 การดำเนินงานต้องปรับปรุงเร่งด่วน

1.51 - 2.50 การดำเนินงานต้องปรับปรุง

2.51 - 3.50 การดำเนินงานระดับพอใช้

3.51 - 4.50 การดำเนินงานระดับดี

4.51 - 5.00 การดำเนินงานระดับดีมาก

จุดแข็ง จุดอ่อน และข้อเสนอแนะของแต่ละองค์ประกอบและมาตรฐาน (ระบุจุดเด่น วิธีปฏิบัติและผลการดำเนินงานที่เป็นแบบอย่างที่ดี หรือนวัตกรรมที่สร้างขึ้น ตลอดจนเงื่อนไขของความสำเร็จ ระบุจุดที่ควรพัฒนาพร้อมทั้งสาเหตุของปัญหาและข้อเสนอแนะ)

องค์ประกอบที่ 1 ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และแผนดำเนินการ

จุดแข็ง

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์มีปรัชญา วัตถุประสงค์ มีกระบวนการจัดทำแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย มีการดำเนินงานตามแผนอย่างครบถ้วน

จุดอ่อน

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์เป็นศูนย์ฯ ที่จัดตั้งใหม่ จึงทำให้ศูนย์ฯ ยังไม่มีการประเมินผลการดำเนินงานตามแผนอย่างเป็นรูปธรรม และส่งผลให้ไม่มีการปรับปรุงแผนจากผลการประเมิน
2. การสรุปผลการจัดโครงการบางโครงการยังขาดความชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

1. การเขียนรายงานการประเมินตนเอง (SAR) ควรระบุรายละเอียดเกี่ยวกับผลการประเมินด้านต่างๆ ให้ชัดเจน
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ให้เป็นที่รับรู้อย่างแพร่หลาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้มหาวิทยาลัยเพิ่มมากขึ้น

องค์ประกอบที่ 2 ภารกิจหลักของหน่วยงาน

จุดแข็ง

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์สามารถบริหารจัดการด้านการให้บริการเป็นอย่างดี เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ
2. มีความคิดสร้างสรรค์และสามารถพัฒนาระบบการสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและโดดเด่นให้กับมหาวิทยาลัย รวมทั้งสามารถพัฒนาระบบและกลไกการทำงานเพื่อให้ภารกิจต่างๆ บรรลุเป้าหมาย



3. มีโครงการในการนำเสนอภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหลากหลาย ทั้งทาง Social Media และอื่น ๆ เป็นโครงการที่น่าสนใจ
4. มีการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ให้บุคคลหรือองค์กรภายนอกได้รับทราบอย่างทั่วถึง

จุดอ่อน

1. บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์มีไม่เพียงพอต่อการพัฒนา content เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร หลักสูตร รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้ครอบคลุมทุกช่องทางสื่อออนไลน์
2. เป็นศูนย์ฯ ที่จัดตั้งใหม่จึงทำให้โครงการดำเนินการยังไม่คงที่

ข้อเสนอแนะ

1. การแสดงข้อมูลเชิงปริมาณ ควรแสดงข้อมูลเปรียบเทียบกับรอบปีที่ผ่านมา หรือเปรียบเทียบกับย้อนหลัง 3-5 ปี หากเป็นหน่วยงานใหม่ ควรวางแผนการแสดงข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อเห็นถึงพัฒนาการด้านต่างๆ ของศูนย์ฯ
2. ควรอธิบายผลการดำเนินงานและผลการประเมินตนเองให้ละเอียดเพื่อให้เข้าใจถึงระบบ และกลไกการดำเนินงานอย่างชัดเจน อาทิ การเก็บข้อมูลด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ควรระบุให้ชัดเจนว่าเป็นใคร หน่วยงานใด
3. การเขียนประเด็น ACT ควรระบุให้ชัดเจน อาทิ มีการปรับปรุง content และสื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ใช้งบประมาณน้อยที่สุด และตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ศูนย์ฯ ควรระบุให้ชัดเจน หรือแสดงให้เห็นว่ามีการปรับปรุง content อย่างไร ใช้งบประมาณที่ต่ำลงหรือใช้น้อยที่สุดอย่างไร โดยสามารถแสดงเป็นคำร้อยละ

ข้อเสนอแนะในภาพรวม ศูนย์ฯ สามารถดำเนินงานได้เป็นอย่างดี ปรากฏผลเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน และมีแนวโน้มการมีพัฒนาการที่ดีขึ้น ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อให้ศูนย์ฯ เป็นหน่วยงานที่มีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้นคือ การเขียนรายงานการประเมินตนเอง (Self Assessment Report : SAR) ควรเขียนให้ละเอียดมากขึ้น เพื่อแสดงให้เห็นว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร และควรมีภาพประกอบ แผนภาพ หรือตารางเพื่อทำให้ SAR มีความสมบูรณ์ และสะท้อนผลการดำเนินงานตามตัวบ่งชี้ต่างๆ ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น



องค์ประกอบที่ 7 การบริหารและการจัดการ

จุดแข็ง

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์มีการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง สามารถดำเนินการตามแผนได้เป็นอย่างดีและมีการติดตามประเมินผลอย่างชัดเจน

จุดอ่อน

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์มีแผนการดำเนินงาน มีการดำเนินงาน และมีการประเมินผลการดำเนินงาน แต่ยังขาดการนำผลการประเมินมาพัฒนาปรับปรุงให้เห็นเป็นรูปธรรม จึงทำให้การดำเนินงานยังไม่ครอบคลุม เนื่องจากเป็นศูนย์ฯ ที่จัดตั้งใหม่

ข้อเสนอแนะ

ควรดำเนินงานตามวงจรคุณภาพคือ Plan Do Check Act จะทำให้ศูนย์ฯ มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น



ภาคผนวก

● ตารางการตรวจเยี่ยม

วันศุกร์ที่ 11 มิถุนายน 2564

- | | |
|-----------------------|---|
| เวลา 09.00 น. | - คณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน
ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์
พบกันที่ห้อง 1217 |
| เวลา 09.00 – 09.30 น. | - ประธานกรรมการกล่าวกับหัวหน้าศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์
และการตลาดออนไลน์ และเจ้าหน้าที่ถึงแนวทางใน
การตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน |
| เวลา 09.30 – 12.00 น. | - ตรวจสอบ SAR พร้อมเอกสารอ้างอิงขององค์ประกอบที่ 1
องค์ประกอบที่ 2 และองค์ประกอบที่ 7 |
| เวลา 12.00 – 13.00 น. | - พักรับประทานอาหารกลางวัน |
| เวลา 13.00 – 13.30 น. | - สัมภาษณ์หัวหน้าศูนย์ฯ และเจ้าหน้าที่ของ
ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ |
| เวลา 13.30 – 15.00 น. | - สรุปผลการประเมินคุณภาพภายในจาก SAR และแจ้งผล
การประเมินให้กับบุคลากรของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์
และการตลาดออนไลน์ที่ได้รับทราบ |



- **บันทึกภาคสนาม** (เช่น รายละเอียดในการสัมภาษณ์หัวหน้าศูนย์ฯ และเจ้าหน้าที่ของ ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์)

สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์


คณะกรรมการฯ ได้สัมภาษณ์หัวหน้าศูนย์ฯ และเจ้าหน้าที่ของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ จำนวน 6 คน ผลการสัมภาษณ์พบว่า

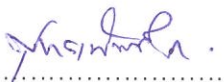
1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ยังมีจำนวนบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ด้านการพัฒนาสื่อและประชาสัมพันธ์ข่าวสาร หลักสูตร และการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยไม่เพียงพอ ดังนั้น จึงต้องการบุคลากรที่สามารถทำงานได้ครอบคลุมทุกช่องทางสื่อออนไลน์ และสามารถสร้าง Content ได้อย่างสร้างสรรค์ จึงเห็นควรเพิ่มบุคลากรอย่างน้อย 1 อัตรา

2. งบประมาณ : ปีการศึกษา 2563 ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ได้รับอนุมัติงบประมาณจำนวน 1,300,000 บาท ซึ่งยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาภาพลักษณ์และทำการตลาดออนไลน์ของมหาวิทยาลัยเกริก โดยในรอบปีที่ผ่านมาศูนย์ฯ ได้ซื้อโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Ads, Google Ads, Instagram Ads, Line OA เป็นต้น จึงเห็นควรให้มหาวิทยาลัยเกริกพิจารณาอนุมัติงบประมาณเพิ่มขึ้นในปีการศึกษา 2564 เพื่อสามารถนำงบประมาณมาจัดสรรการซื้อสื่อเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์และทำการตลาดออนไลน์ของมหาวิทยาลัยเกริกให้เข้าถึงและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



ลงนาม  ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม)

ลงนาม  กรรมการ
(อาจารย์นิภาวรรณ ภูจอม)

ลงนาม  เลขานุการ
(นางสาวศุภรานันท์ กาพย์พิมาย)

