

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน
โดยคณะผู้ประเมินคุณภาพภายใน
มหาวิทยาลัยเกริก

รายนามคณะผู้ประเมินคุณภาพภายใน

- | | |
|---|---------------|
| 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม | ประธานกรรมการ |
| 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประคอง สุคนธ์จิตต์ | กรรมการ |
| 3) นางสาวศุภรานันท์ กภาพย์พิมาย | เลขานุการ |

วัน / เดือน / ปีที่ประเมิน วันศุกร์ที่ 10 มิถุนายน 2565

ชื่อหน่วยงาน ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์

สรุปข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงาน

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ตั้งอยู่ที่ อาคาร ดร.เกริก ชั้น 1 มหาวิทยาลัยเกริก มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเกริก เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่ เพื่อจูงใจนักเรียนและนักศึกษาให้มาศึกษาที่มหาวิทยาลัย โดยเฉพาะนักเรียนที่สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอาชีวศึกษา ให้มาสมัครเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นในระดับปริญญาโทและระดับปริญญาเอก โดยทำการตลาดแบบออนไลน์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียให้บุคคลภายนอกได้รับรู้ข่าวสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัยเกริก

ปัจจุบันศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์บริหารงานภายใต้โครงสร้างการบริหารของมหาวิทยาลัย โดยขึ้นตรงต่อรองอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษ และผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการตลาด มีบุคลากรประจำศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์จำนวนทั้งสิ้น 6 คน ได้แก่ หัวหน้าศูนย์ฯ จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ฯ จำนวน 5 คน



โดยมีปรัชญา ปณิธาน และภารกิจหลัก คือ

ปรัชญา : วิชาจรรยาบรรณปณฺโน “ความรู้ทำให้องอาจ”

ปณิธาน : มุ่งเน้นการให้บริการและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยเกริก พัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์และการโฆษณาให้ทันสมัยผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์ทุกรูปแบบ ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทันสมัยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ภารกิจหลักของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ มี 3 ภารกิจหลัก ดังนี้

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

วิธีประเมิน

1. การวางแผนและการประเมิน

❖ การเตรียมการและวางแผนก่อนตรวจเยี่ยม

คณะกรรมการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายในของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ กำหนดการตรวจรายงานการประเมินตนเองของศูนย์ฯ ในวันที่ศุกร์ที่ 10 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 คณะกรรมการฯ เชิญบุคลากรเข้ารับฟังผลการตรวจประเมิน

❖ การดำเนินการระหว่างตรวจเยี่ยม (ศึกษาเอกสาร/เยี่ยมชมสภาพจริง/สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

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



ที่ชี้ชัดได้จากหลักฐานที่มีอยู่ คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการสอบถามและขอข้อมูลเพิ่มเติมจากบุคลากรของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง

การดำเนินการหลังตรวจเยี่ยม

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

ผลการตรวจประเมินครั้งนี้ พบว่า ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ ได้มีการเสนอรายงานการประเมินตนเอง พร้อมหลักฐานที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของคณะกรรมการฯ

2. วิธีการตรวจสอบความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูล

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

ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ (รายงานตามตารางที่ ป.1 – ป.2)



ตาราง ส 2. ผลการประเมินตนเองตามองค์ประกอบคุณภาพ

องค์ประกอบ	คะแนนการประเมินเฉลี่ย				ผลการประเมิน	หมายเหตุ
	I	P	O	เฉลี่ย		
1. ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และแผนดำเนินการ		5.00		5.00	ระดับดีมาก	
2. ภารกิจหลักของหน่วยงาน		4.67	4.51	4.63	ระดับดีมาก	
7. การบริหารจัดการ		5.00		5.00	ระดับดีมาก	
เฉลี่ยรวมทุกตัวบ่งชี้ของทุกองค์ประกอบ		4.83	4.51	4.79	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

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	4.5		4.51	P	4.51
ตัวบ่งชี้ 2.20 การพัฒนาระบบสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 2.21 การดำเนินการรับนักศึกษา	5		4	O	4.00
ตัวบ่งชี้ 2.23 การส่งรายงานการประเมินตนเอง	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 7.1 การพัฒนาสถาบันสู่องค์กรการเรียนรู้	5		5	P	5.00
ตัวบ่งชี้ 7.2 ระบบบริหารความเสี่ยง	5		5	P	5.00

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

จุดแข็ง จุดอ่อน และข้อเสนอแนะของแต่ละองค์ประกอบและมาตรฐาน (ระบุจุดเด่น วิธีปฏิบัติและผลการดำเนินงานที่เป็นแบบอย่างที่ดี หรือนวัตกรรมที่สร้างขึ้น ตลอดจนเงื่อนไขของความสำเร็จ ระบุจุดที่ควรพัฒนาพร้อมทั้งสาเหตุของปัญหาและข้อเสนอแนะ)

องค์ประกอบที่ 1 ปรัชญา ปณิธาน วัตถุประสงค์ และแผนดำเนินการ

จุดแข็ง

มีกระบวนการจัดทำแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย มีการดำเนินงานตามแผนอย่างครบถ้วน

จุดอ่อน

การสรุปผลการจัดโครงการ บางโครงการยังขาดความสมบูรณ์

ข้อเสนอแนะ

ควรนำผลการพิจารณา ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของคณะกรรมการบริหารหน่วยงานไปปรับปรุงแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการประจำปีให้ชัดเจน และเห็นเป็นรูปธรรม

องค์ประกอบที่ 2 ภารกิจหลักของหน่วยงาน

จุดแข็ง

1. ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์สามารถบริหารจัดการด้านการให้บริการ เป็นอย่างดี เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2. มีความคิดสร้างสรรค์และสามารถพัฒนาระบบการสื่อสารองค์กรเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและโดดเด่นให้กับมหาวิทยาลัย รวมทั้งสามารถพัฒนาระบบและกลไกการทำงานเพื่อทำให้ภารกิจต่างๆ บรรลุเป้าหมาย

3. มีโครงการในการนำเสนอภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหลากหลาย ทั้งทาง Social Media และโครงการที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน



จุดอ่อน

บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์มีไม่เพียงพอต่อการพัฒนา content เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร หลักสูตร รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้ครอบคลุมทุกช่องทางสื่อออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. การแสดงข้อมูลเชิงปริมาณ ควรแสดงข้อมูลเปรียบเทียบกับรอบปีที่ผ่านมาหากเป็นหน่วยงานใหม่ ควรวางแผนการแสดงข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อเห็นถึงพัฒนาการด้านต่างๆ ของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์

2. การเขียนประเด็น ACT อาทิ มีการปรับปรุง content และสื่อที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ใช้งบประมาณน้อยที่สุด และตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ควรระบุให้ชัดเจน หรือแสดงให้เห็นว่ามีการปรับปรุง content อย่างไร ใช้งบประมาณที่ต่ำลงหรือใช้น้อยที่สุดอย่างไร โดยสามารถแสดงเป็นคำร้อยละ

3. ควรจัดหาบุคลากรและอุปกรณ์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการทำงานของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์เป็นการเฉพาะ

องค์ประกอบที่ 7 การบริหารและการจัดการ

จุดอ่อน

ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ขาดการนำผลการประเมินมาพัฒนาปรับปรุง ให้เห็นเป็นรูปธรรม จึงทำให้การดำเนินงานยังไม่ครอบคลุม

ข้อเสนอแนะ

ควรค้นหาแนวปฏิบัติที่ดีตามประเด็นความรู้ และจัดทำเป็นคู่มือการจัดการความรู้ของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ให้เป็นรูปธรรม



ภาคผนวก

● ตารางการตรวจเยี่ยม

วันศุกร์ที่ 10 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. ผู้บริหารระดับสูง : สายผู้บังคับบัญชาที่ขึ้นตรงกับ Mr.Wang Changming รองอธิการบดีฝ่ายกิจการพิเศษ และ Mr.Qi Bin ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการตลาด ทำให้การดำเนินงานของศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ดำเนินไปอย่างคล่องตัว เป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัย

2. งบประมาณ : ปีการศึกษา 2564 ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์ได้รับอนุมัติงบประมาณเพิ่มขึ้นจากปีการศึกษา 2563 เป็นจำนวนเงิน 2,600,000 บาท ทำให้การบริหารงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ สามารถนำงบประมาณมาจัดสรรการซื้อสื่อเพื่อพัฒนาภาพลักษณ์และทำการตลาดออนไลน์ของมหาวิทยาลัยเอริกได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. เครือข่าย : ศูนย์พัฒนาภาพลักษณ์และการตลาดออนไลน์มีเครือข่ายในการเผยแพร่สร้างภาพเอกลักษณ์ และสร้างการรับรู้ สื่อองค์กรภายนอก ทำให้การทำงานเกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ



