

31st
ANNIVERSARY

การติดตามผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2566 ครั้งที่ 1

(ตุลาคม 2565 – มีนาคม 2566)

ส่วนสื่อสารองค์กร

DIVISION OF CORPORATE COMMUNICATION

ส่วนสื่อสารองค์กร

DIVISION OF CORPORATE COMMUNICATION

5 คน

งานข่าวและการสื่อสารดิจิทัล

ข่าว/บทความภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ สื่อมวลชนสัมพันธ์ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย และงานกราฟิก

3 คน

งานต้อนรับและสื่อสารภาพลักษณ์

ต้อนรับนำชม operator ข่าวสารในอินเทอร์เน็ต การแชร์ข่าวสาร อีเวนต์/กิจกรรม ภาวะเสี่ยง

6 คน

งานผลิตและสารสนเทศ

ผลิตสื่อเคลื่อนไหว กราฟิก LED คลังภาพ งานสตูดิโอ

2 คน

งานบริหารงานทั่วไปและธุรการ

งานเอกสาร งบประมาณ เลขาคู ความโปร่งใส ฯ

ส่วนที่ 1

ผลการดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของอธิการบดี
ที่มอบหมาย/ผลการดำเนินงานตามภารกิจหลัก

ส่วนที่ 1

ผลการดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของอธิการบดีที่มอบหมาย/ผลการดำเนินงานตามภารกิจหลัก

ประเด็นมอบหมาย/ ภาระงาน	ค่าเป้าหมาย ปี 2566	ผลงาน ปี 2564	ผลงาน ปี 2565	ผลการดำเนินงาน ปี 2566 (6 เดือน)	ผลสำเร็จ (%)	แนวโน้มผลสำเร็จเปรียบเทียบกับ ผลงานย้อนหลัง (เพิ่มขึ้น/ลดลง)
กิจกรรมหลัก: การจัดการทั่วไป						
ผลิตของที่ระลึกเทศกาลปีใหม่ และอื่นๆ	2 ชิ้นงาน	2 ชิ้นงาน	2 ชิ้นงาน	ผลิตบัตรอวยพรปีใหม่ 2566 และปฏิทินตั้งโต๊ะ 2566 ดำเนินการแล้วเสร็จ ไตรมาส 1	100	ดำเนินงานแล้วเสร็จ ก่อนกำหนด
จัดเตรียมกระเช้า/ของขวัญ ปีใหม่แก่ผู้มีอุปการคุณและ สื่อมวลชน	50 กระเช้า	100 กระเช้า	100 กระเช้า	ดำเนินการแล้วเสร็จ	100	ดำเนินการแล้วเสร็จตาม แผนงาน (ดำเนินการ ร่วมกับส่วนอำนวยการ ฯ)
การจัดประชุมคณะกรรมการ ส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย (คสส.)	1 ครั้ง	ประชุมสรร หา 1 ครั้ง / ประชุม คสส. 2 ครั้ง	ประชุม คสส. 2 ครั้ง	<ul style="list-style-type: none"> รายงานความคืบหน้าในที่ประชุมสภา 1 ครั้ง เดือนมกราคม 2565 การประชุมคณะกรรมการส่งเสริม กิจการมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ 1 ครั้ง เดือนพฤศจิกายน 2565 	100	ดำเนินการตามมติที่ ประชุม/ตามประธาน

ส่วนที่ 1

ผลการดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของอธิการบดีที่มอบหมาย/ผลการดำเนินงานตามภารกิจหลัก

ประเด็นมอบหมาย/ ภาระงาน	ค่าเป้าหมาย ปี 2566	ผลงาน ปี 2564	ผลงาน ปี 2565	ผลการดำเนินงาน ปี 2566 (6 เดือน)	ผลสำเร็จ (%)	แนวโน้มผลสำเร็จเปรียบเทียบกับ ผลงานย้อนหลัง (เพิ่มขึ้น/ลดลง)
กิจกรรมหลัก: การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย						
จำนวนข่าว/บทความ/สื่อบทคอนเทนต์ที่ เผยแพร่ทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (ภาษาไทย)	300 ข่าว	365 ข่าว	350 ข่าว	จำนวน 168 ข่าว	56	▲
จำนวนข่าว/บทความ/สื่อบทคอนเทนต์ที่ เผยแพร่ทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (ภาษาอังกฤษ)	100 ข่าว	89 ข่าว	110 ข่าว	จำนวน 65 ข่าว	65	▲
จำนวนแบนเนอร์ที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์	60 ชิ้นงาน	69 ชิ้นงาน	129 ชิ้นงาน	จำนวน 38 ข่าว	63	▲
จำนวนครั้งที่เผยแพร่ข่าวสารผ่าน สื่อมวลชนออนไลน์/ออฟไลน์ และเว็บไซต์ อื่นๆ	360 ครั้ง	430 ครั้ง	503 ครั้ง	จำนวน 328 ข่าว	91.11	▲
จำนวนชิ้นงานผลิตและเผยแพร่ทางโซเชียล มีเดีย (Tiktok และอื่นๆ)	48 ชิ้นงาน	-	58 ชิ้นงาน	จำนวน 61 ข่าว	127	▲

ส่วนที่ 1

ผลการดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของอธิการบดีที่มอบหมาย/ผลการดำเนินงานตามภารกิจหลัก

ประเด็นมอบหมาย/ ภาระงาน	ค่าเป้าหมาย ปี 2566	ผลงาน ปี 2564	ผลงาน ปี 2565	ผลการดำเนินงาน ปี 2566 (6 เดือน)	ผลสำเร็จ (%)	แนวโน้มผลสำเร็จเปรียบเทียบกับ ผลงานย้อนหลัง (เพิ่มขึ้น/ลดลง)
จำนวนครั้งในการแชร์ข่าว/คอนเทนต์ผ่าน โซเชียลมีเดีย และช่องทางอื่นๆ	5,000 ครั้ง	2,214 ครั้ง	5,054 ครั้ง	จำนวน 4,557 ครั้ง	91.14	▲
จำนวนครั้งการเผยแพร่ข่าว/คอนเทนต์ ทางสื่อโทรทัศน์	60 ครั้ง	139 ครั้ง	-	จำนวน 46 ครั้ง	76.66	▲
จำนวนรายการโทรทัศน์ที่เผยแพร่ ส่วนภูมิภาค	8 ครั้ง	8 ครั้ง	15 ครั้ง	จำนวน 5 ครั้ง	62.5	▲
ผู้บริหาร คณาจารย์ นักศึกษา/ ศิษย์เก่า ร่วมรายการวิทยุ	48 ครั้ง	98 ครั้ง	92 ครั้ง	จำนวน 63 ครั้ง	131.25	▲

ส่วนที่ 1

ผลการดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของอธิการบดีที่มอบหมาย/ผลการดำเนินงานตามภารกิจหลัก

ประเด็นมอบหมาย/ ภาระงาน	ค่าเป้าหมาย ปี 2566	ผลงาน ปี 2564	ผลงาน ปี 2565	ผลการดำเนินงาน ปี 2566 (6 เดือน)	ผลสำเร็จ (%)	แนวโน้มผลสำเร็จเปรียบเทียบกับ ผลงานย้อนหลัง (เพิ่มขึ้น/ลดลง)
กิจกรรมหลัก: การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร						
จำนวนคณะที่มาเยี่ยมชมมหาวิทยาลัย	40 คณะ	35 คณะ	34 คณะ	จำนวน 35 คณะ	87.5	ปี 2564 และ ปี 2565 สถานการณ์โควิด-19
จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมสื่อสาร ภาพลักษณ์องค์กร	1,000 คน	3,401 คน	2,095 คน	จำนวน 434 คน	43.4	สถานการณ์โควิด-19 จัดกิจกรรมออนไลน์
กิจกรรมสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร	10 ครั้ง/ กิจกรรม	15 กิจกรรม	12 กิจกรรม	5 ครั้ง/กิจกรรม	50	จัดกิจกรรม 2 รูปแบบ Online และ Onsite เน้นกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ ชุมชน

ส่วนที่ 1

ผลการดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของอธิการบดีที่มอบหมาย/ผลการดำเนินงานตามภารกิจหลัก

ประเด็นมอบหมาย/ ภาระงาน	ค่าเป้าหมาย ปี 2566	ผลงาน ปี 2564	ผลงาน ปี 2565	ผลการดำเนินงาน ปี 2566 (6 เดือน)	ผลสำเร็จ (%)	แนวโน้มผลสำเร็จเปรียบเทียบกับ ผลงานย้อนหลัง (เพิ่มขึ้น/ลดลง)
กิจกรรมหลัก: การผลิตสื่อผ่าน Walailak Channel						
จำนวนคลิป/รายการที่ผลิตผ่าน Walailak Channel	100 ชิ้นงาน	234 ชิ้นงาน	166 ชิ้นงาน	จำนวน 73 ชิ้นงาน	73	
จำนวนคลิปจากโครงการ Walailak Young Media ที่ได้รับการเผยแพร่	5 ชิ้นงาน	-	-	แผนดำเนินการ ไตรมาส 3-4	-	ภาระงานใหม่
จำนวนกิจกรรมที่สนับสนุนการถ่ายทอดสดและอื่นๆ กับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย	12 ครั้ง /กิจกรรม	19 ครั้ง /กิจกรรม	14 ครั้ง /กิจกรรม	จำนวน 19 ครั้ง /กิจกรรม	158.33	
จำนวนโมชันกราฟิก	4 ชิ้นงาน	-	-	จำนวน 2 ชิ้นงาน	50	ดำเนินการตามแผน

ส่วนที่ 2

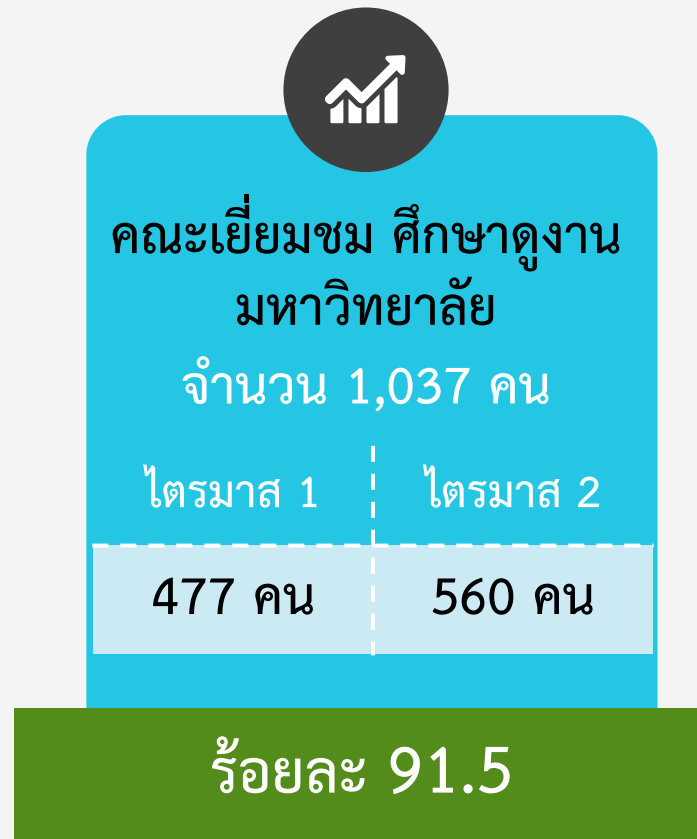
ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดยุทธศาสตร์
ในความรับผิดชอบของหน่วยงาน
(นอกเหนือจากส่วนที่ 1)



WU-D-1-2-8 ร้อยละความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (กลุ่มบุคคลภายนอก)

การรู้จักมหาวิทยาลัยผ่านสื่อ

- อันดับ 1 การเข้าร่วมกิจกรรม
- อันดับ 2 ผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร
- อันดับ 3 เว็บไซต์มหาวิทยาลัย
- อันดับ 4 เพื่อนญาติคนใกล้ชิด
- อันดับ 5 โซเชียลมีเดีย



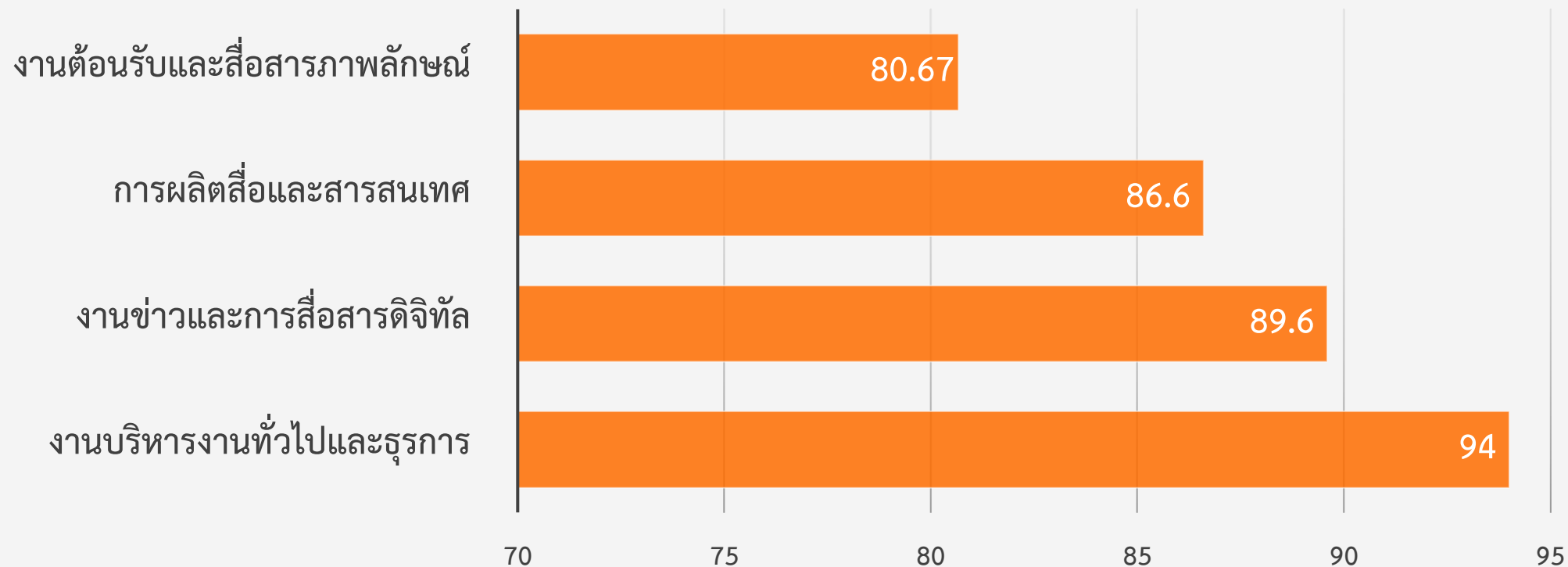
(ค่าเป้าหมาย ≥ 80)

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

- ประทับใจท่านผู้นำ – อธิการบดีมาต้อนรับพวกเราด้วยตัวท่านเอง เป็นกันเอง
- ชื่นชมวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ความมุ่งมั่นของบุคลากร และน้ำใจไมตรีที่มอบให้
- ภูมิใจที่มีมหาวิทยาลัยสมาร์ตในภาคใต้
- ชื่นชมความก้าวหน้าทางวิชาการและการมีส่วนร่วมกับชุมชน
- ชอบศูนย์อาหารมีความหลากหลาย มีที่ระหมาดอลังการ และห้องน้ํามหาวิทยาลัยสะอาด สวย
- การต้อนรับและการประสานงานที่ดีมาก ทำให้เราไม่หลง เพราะมหาวิทยาลัยใหญ่มากๆ
- ความเป็นกันเองและความรู้จากอาจารย์ ได้ฟังบรรยายที่เยี่ยมยอด

WU-D-1-2-8 ร้อยละความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (กลุ่มบุคคลภายใน)

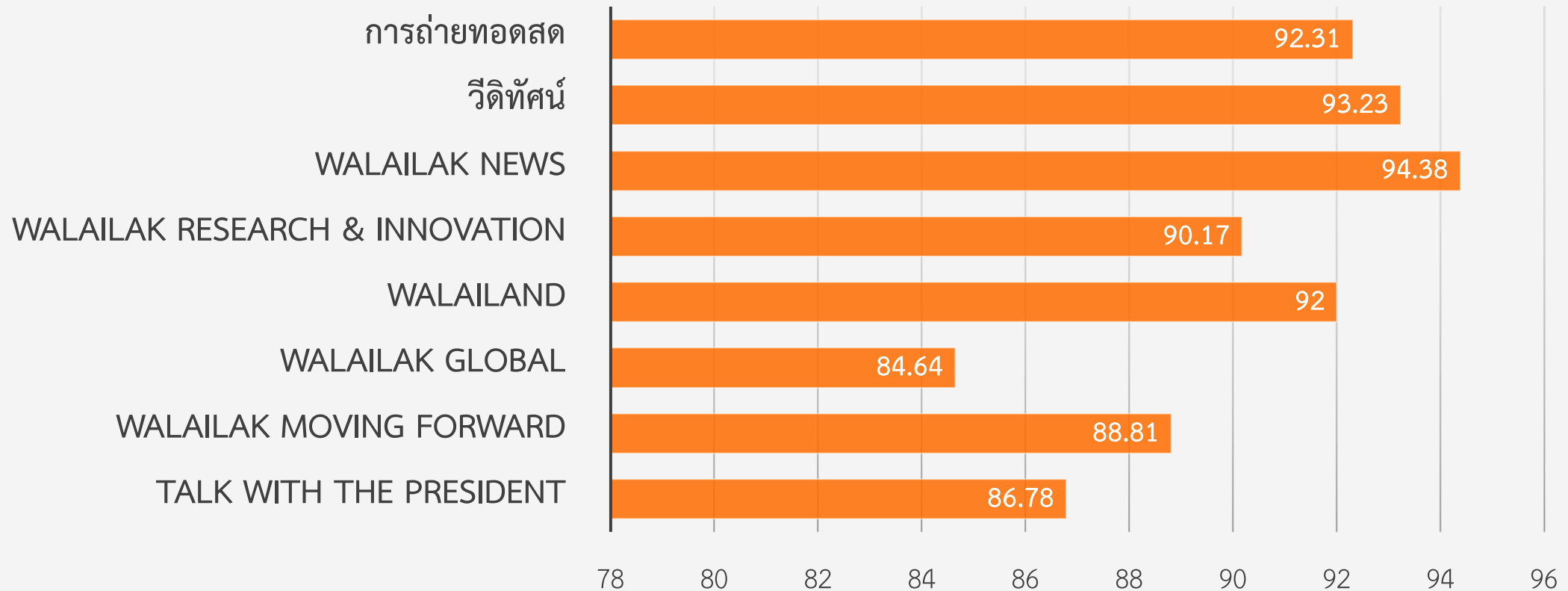
ความพึงพอใจต่อการให้บริการของส่วนสื่อสารองค์กร



(ค่าเป้าหมาย ≥ 80)

WU-D-1-2-8 ร้อยละความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (กลุ่มบุคคลภายใน)

การรับชมสื่อผ่าน Walailak Channel



(ค่าเป้าหมาย ≥ 80)

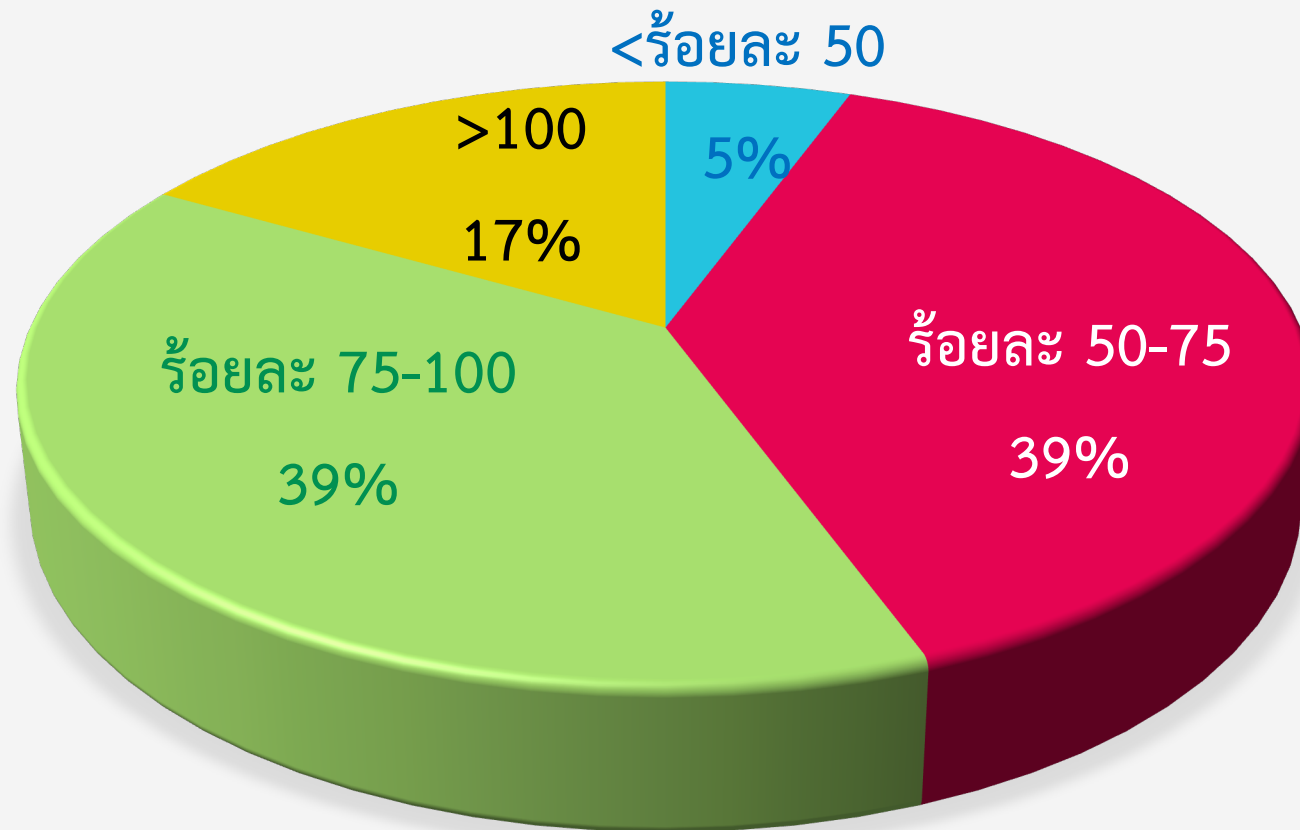
ส่วนที่ 2

ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ในความรับผิดชอบของหน่วยงาน

WU-D-1-2-4 ร้อยละผลสัมฤทธิ์ของหน่วยงานตามคำรับรอง

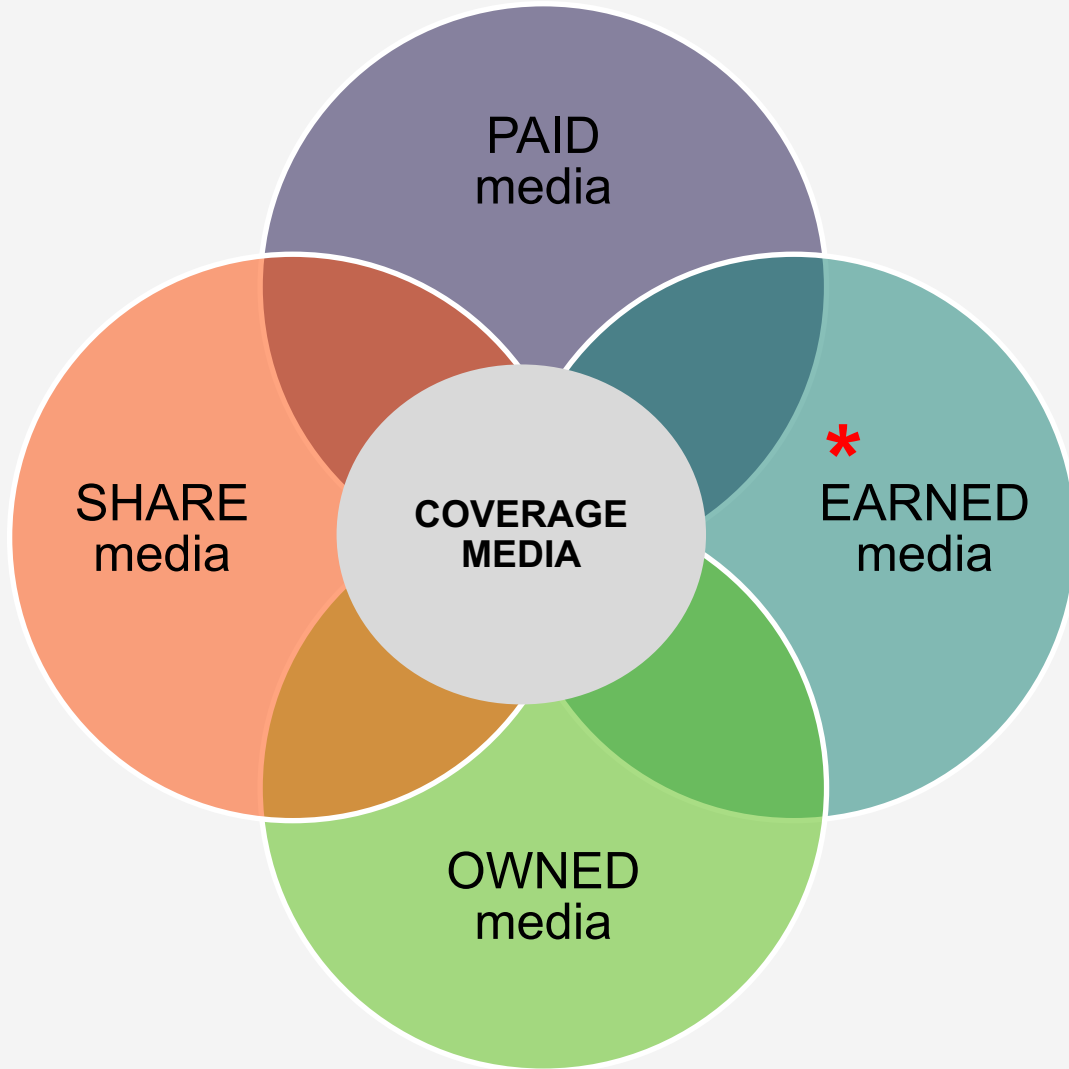


ผลสำเร็จของภารกิจหลักหน่วยงาน
(19 ตัวชี้วัด) ผลการดำเนินงานมี
แนวโน้มสูงขึ้น + รอดำเนินการ
ไตรมาส 3-4 จำนวน 1 ตัวชี้วัด



ส่วนที่ 2

ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ในความรับผิดชอบของหน่วยงาน



มูลค่าข่าวที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน (News media)

สิ่งพิมพ์ออนไลน์ 328 ชิ้น × 5,000 บาท = 1,640,000 บาท
สื่อโทรทัศน์ 46 ครั้ง × 10,000 บาท = 460,000 บาท

2,100,000 บาท

PR Value (ค่าการสร้างการรับรู้ต่อองค์กร)

2,100,000 บาท × 3 = **6,300,000 บาท**

“ การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างระบบสตูดิโอส่วนสื่อสารองค์กร ”

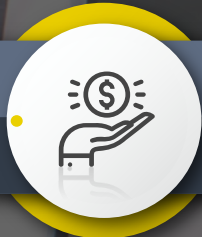
ค่าเป้าหมาย

ดำเนินการแล้วเสร็จ ไตรมาส 2

ผลสำเร็จ

ร้อยละ 80

A.



ปี 2564

- จัดทำข้อมูลขอ
งบประมาณ
งบลงทุนของรัฐปี 2565

B.



ปี 2565

- ปรับปรุงงานโครงสร้างสตูดิโอแล้วเสร็จ
(งบประมาณ 8.5 ล้านบาท)
- จัดทำข้อมูลขอ
งบประมาณงบลงทุนของรัฐ
ปี 66 (เป็นเงิน 13 ล้านบาท)

C.



ปี 2566

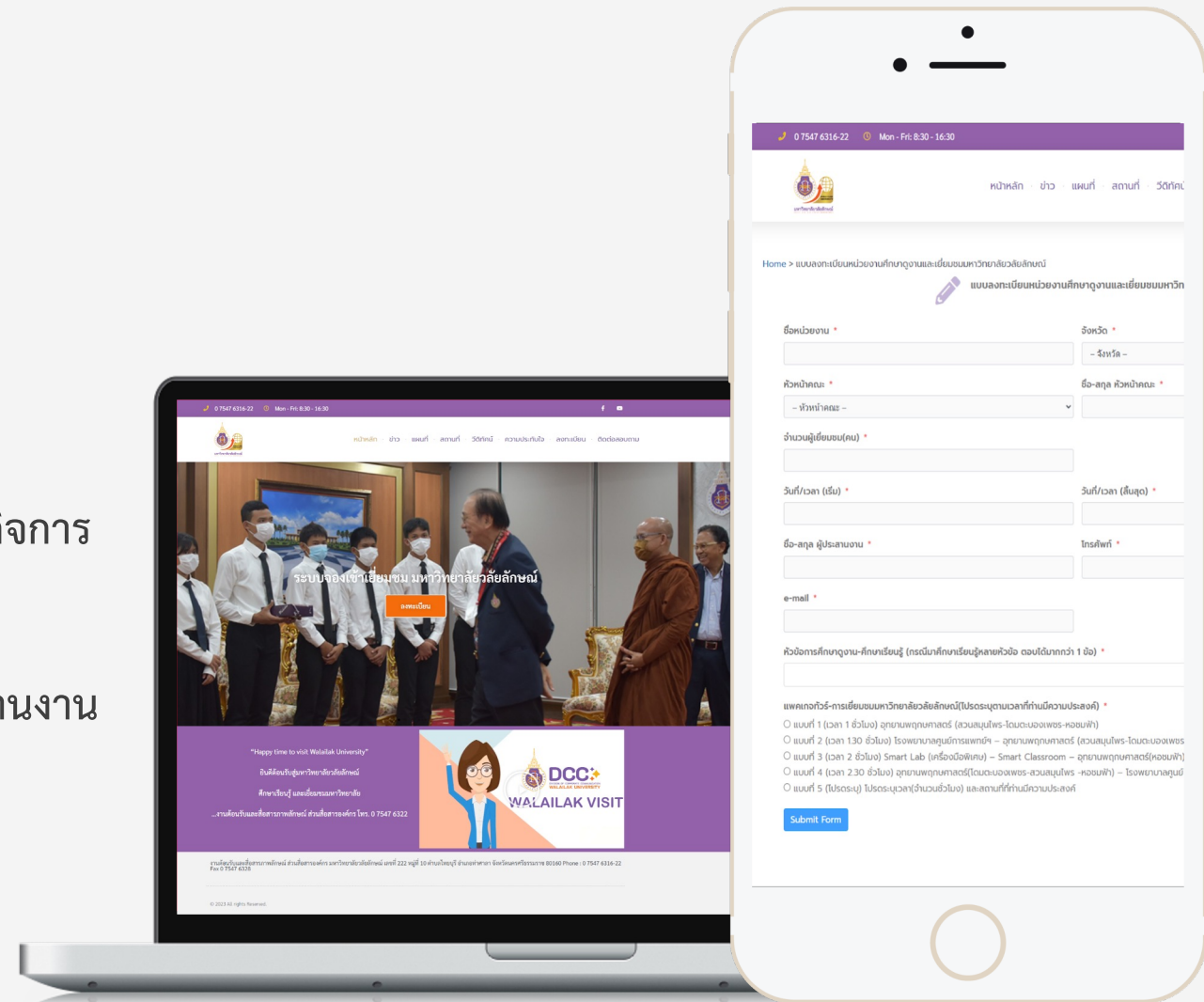
- ได้รับงบประมาณ 13 ล้านบาท
- ส่วนพัสดุดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเรียบร้อยแล้ว
- อยู่ระหว่างการจัดส่ง
(ทำสัญญา 9 ธ.ค.65 / สิ้นสุด 8 เม.ย.66)
- นัดหมายตรวจรับพัสดุ วันที่ 7 เม.ย. 66

นวัตกรรมหรือผลงานที่โดดเด่น

1. ระบบต้อนรับนำชมมหาวิทยาลัย

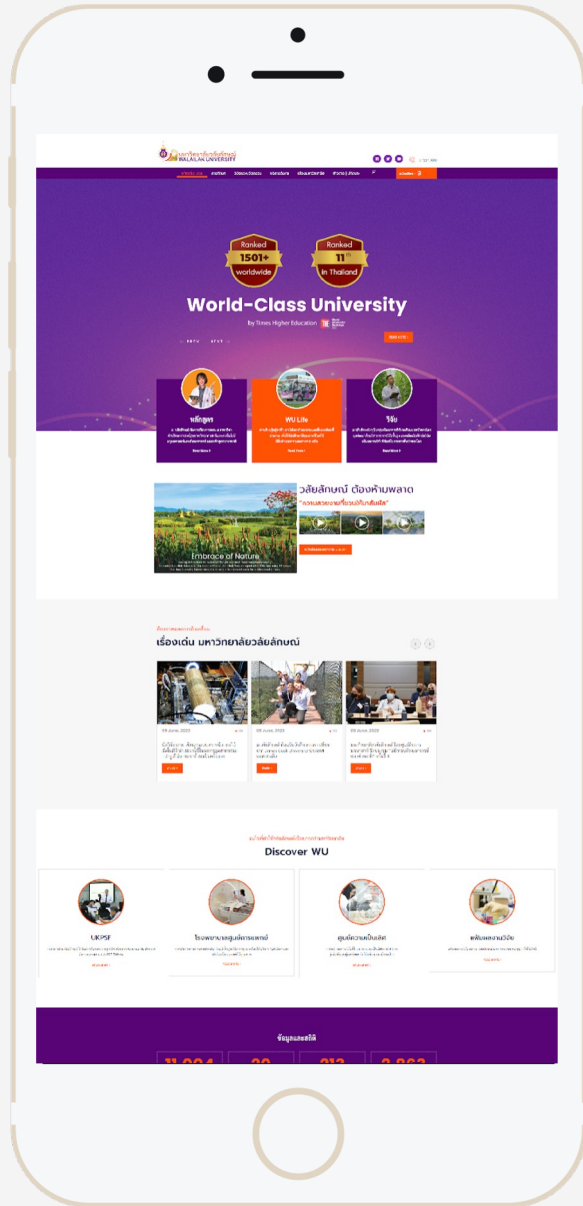
(ร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีดิจิทัล)

- บริหารจัดการคณะ/หน่วยงานที่มีความประสงค์เยี่ยมชมกิจการของมหาวิทยาลัยอย่างเป็นระบบ
- ลดความซ้ำซ้อนในการจัดการ ลดระยะเวลาในการประสานงาน
- เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย



แผนทดลองใช้ระบบเดือนสิงหาคม 2566

นวัตกรรมหรือผลงานที่โดดเด่น



2. การพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์มหาวิทยาลัย (ภาคภาษาไทย)

(ร่วมกับศูนย์เทคโนโลยีดิจิทัล)

- จัดระบบ ระเบียบข้อมูลและการนำเสนอเนื้อหา
- ออกแบบและจัดทำโครงสร้างเว็บใหม่ เน้นสบายตา (visibility)
- แก้ไขปัญหาที่สามารถจัดการได้เพื่อเพิ่มระยะเวลาในการเข้าชมเว็บไซต์ (Bounce rate)

ภาพรวมของประสิทธิภาพของเว็บไซต์ www.wu.ac.th ดังนี้

Overview	ต.ค. 65	พ.ย. 65	ธ.ค. 65	ม.ค. 66	ก.พ. 66
Total visit	314K	247.5K	284.4K	384.8K	352.1K
Average visit duration/minute	5.56	5.3	6.36	6.35	6.34

Webometrics Ranking มกราคม 2023

ตกลงมา **1** อันดับ อยู่ที่ อันดับ **16** ของประเทศไทย

Year	ranking	World Rank	Impact Rank*	Openness Rank*	Excellence Rank
ม.ค. 2023	16 ▼	1817 ▼	1469 ▼	1800 ▲	2931 ▲
ก.ค. 2022	15	1814	1337	1915	2965

2022					2023						
ranking	World Rank	University	Impact	Openness	Excellence Rank	ranking	World Rank	University	Impact	Openness	Excellence Rank
1	460	Chulalongkorn University	585	640	525	1	441	Chulalongkorn University	559	584	519
2	532	Mahidol University	542	793	661	2	482	Chiang Mai University	263	925	806
3	560	Chiang Mai University	392	1024	817	3	517	Mahidol University	518	777	653
4	745	Khon Kaen University	534	1218	1173	4	706	Khon Kaen University	475	1114	1158
5	819	Kasetsart University	568	1312	1310	5	751	Kasetsart University	430	1275	1294
6	875	Prince of Songkla University	772	1385	1239	6	832	Prince of Songkla University	718	1284	1223
7	969	King Mongkut's University of Technology	1039	1444	1243	7	991	King Mongkut's University of Technolog	1212	1368	1227
8	1081	Thammasat University	858	1495	1664	8	1054	Thammasat University	843	1404	1640
9	1188	King Mongkut's University of Technology	1152	1657	1661	9	1124	King Mongkut's University of Technolog	1025	1516	1637
10	1328	Naresuan University	835	1535	2387	10	1301	Naresuan University	842	1391	2355
11	1398	King Mongkut's Institute of Technology L	1415	1693	2016	11	1343	King Mongkut's Institute of Technology	1333	1635	1989
12	1404	Suranaree University of Technology	1487	2135	1876	12	1347	Suranaree University of Technology	1411	1983	1850
13	1609	Asian Institute of Technology Thailand	1408	2388	2312	13	1365	Asian Institute of Technology Thailand	809	2602	2280
14	1721	Burapha University	706	2781	3219	14	1596	Burapha University	598	2683	3185
15	1814	Walailak University	1337	1915	2965	15	1633	Suan Sunandha Rajabhat University	291	2718	3851
16	1895	Srinakharinwirot University	1738	2212	2768	16	1817	Walailak University	1469	1800	2931
17	1895	Suan Sunandha Rajabhat University	531	2920	3885	17	1844	Srinakharinwirot University	1747	2104	2735
18	2173	Mahasarakham University	2419	1769	3136	18	2110	Ubon Ratchathani University	1689	2571	3289
19	2193	Mae Fah Luang University	5101	1703	2193	19	2114	University of Phayao	3164	2120	2643
20	2203	University of Phayao	3158	2457	2676	20	2116	Mae Fah Luang University	4893	1798	2164



FACTOR	INDICATOR	WEIGHT
Research (50%)	Normalized Impact (NI)	13%
	Excellence with Leadership (EwL)	8%
	Output (O)	8%
	Scientific Leadership (L)	5%
	Not Own Journals (NotOJ)	3%
	Own Journals (OJ)	3%
	Excellence (Exc)	2%
	High Quality Publications (Q1)	2%
	International Collaboration (IC)	2%
	Open Access (OA)	2%
	Scientific Talent Pool (STP)	2%
Innovation (30%)	Innovative Knowledge (IK)	10%
	Patents (PT)	10%
	Technological Impact (TI)	10%
Societal (20%)	Altmetrics (AM)	10%
	Inbound Links (BN)	5%
	Web Size (WS)	5%

Societal impact:

1. Altmetrics (AM): this indicator has two components:

- 1. PlumX Metrics** (weigh: 70%): number of documents that have more than one mention in PlumX Metrics. Mentions in Twitter, Facebook, blogs, news and comments (Reddit, Slideshare, Vimeo or YouTube)
- 2. Mendeley** (weigh: 30%): number of documents that have more than one reader in Mendeley

This indicator is size-dependent. Added in 2019 edition.

2. Number of Backlinks (BN): number of networks(subnets) from which inbound links to the institution website came from. Data extracted from ahrefs database.

3. Web size (WS): number of pages associated to the institution's URL according to Google. (Aguillo et al., 2010).

ส่วนที่ 3

ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์การประเมินหน่วยงานประจำปี

ส่วนที่ 3

ผลการดำเนินงานตามเกณฑ์การประเมินหน่วยงานประจำปี

หัวข้อประเมิน	ผลปี 2564 (%)	ผลปี 2565 (%)	คาดการณ์ผลปี 2566 (%)
คะแนนประเมินภาพรวมของหน่วยงาน	92.5	97.5	>93
คะแนนประเมินหัวหน้าหน่วยงาน	89	90	>85
ค่าเฉลี่ยคะแนนประเมินผู้ใต้บังคับบัญชา	85.05	86.24	85
ผลการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยงาน	90	93.93	94.5 (6 เดือน)

งบประมาณที่ได้รับจัดสรร 14,441,900 บาท แบ่งเป็น งบลงทุน(สตูดิโอ) 13 ล้านบาท / LED 9.99 หมื่น / หน่วยงาน 1.34 ล้านบาท

อุปสรรคที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน/แนวทางในการปรับปรุง

อัตรากำลัง : พนักงานมีการเข้า-ออก การสรรหาบุคลากรที่มีคุณสมบัติเฉพาะเหมาะสมค่อนข้างยาก

ปี พ.ศ.	ลาออก	เข้าใหม่	อัตรากำลังว่าง
2564	2	-	1 (หัวหน้าส่วน)
2565	1	2	2 (หัวหน้าส่วน / งานข่าวภาษาอังกฤษ)
2566	- เตรียมเกษียณ 1 คน - ย้ายหน่วยงาน 1 คน - แนวนอ้มนลาออก 1 คน	2	4 (หัวหน้าส่วน / กราฟิก / สตูดิโอ / งานต้อนรับ)

แนวทางในการปรับปรุง

- รับนักศึกษาสหกิจศึกษา/นักศึกษาฝึกงานอย่างต่อเนื่อง (ไม่ขาดช่วง)
- กรณีพบปัญหา ขอคำปรึกษาจาก จนท. หลักสูตรนิเทศศาสตร์ (สตูดิโอ)
- มอบหมาย จนท.ให้ช่วยกันประสาน/ ทาบาทามเครือข่าย/คนรู้จัก
- วางแผนการรับพนักงานล่วงหน้า



Thank You

ผศ.ดร.ฟารีดา เจาะเอาะ



ส่วนสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์



jfareeda@mail.wu.ac.th



075 676 324

