

KU-IMS

กิจกรรมการถ่ายทอด แผนยุทธศาสตร์

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

คณะพาณิชยนาวิณานาชาติ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

30 กันยายน 2569

ณ ห้องประชุมจิตต์ ณ นคร
คณะพาณิชยนาวิณานาชาติ



หัวข้อการถ่ายทอดแผน



01 ที่มาและกำหนดการ
แหล่งที่มาของแผนปฏิบัติการ และขั้นตอนเดือน ก.ย.-ต.ค. 2569

02 ทิศทางองค์กร
วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และตัวชี้วัดระดับวิสัยทัศน์

03 ยุทธศาสตร์และ Roadmap
4 ยุทธศาสตร์ 6 กลยุทธ์ 8 โครงการริเริ่ม ปี 2569-2572

04 ตัวชี้วัดกลยุทธ์ (S-KPI)
ค่าเป้าหมาย 19 ตัวชี้วัด โดยเน้นปีงบประมาณ 2570

05 โครงการริเริ่มปี 2570
4 โครงการ ผู้รับผิดชอบ และสิ่งที่แต่ละฝ่ายต้องดำเนินการต่อ



ที่มาของแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2570

START 2 กันยายน 2569



ยุทธศาสตร์ มก.



งานประจำ



ยุทธศาสตร์ IMS

แผนปฏิบัติการ-โครงการ/กิจกรรมตามภารกิจ คณะ
พาณิชยนาวิ ปีงบประมาณ 2570
(อ้างอิงตาม : แผนปฏิบัติการ 4 ปี
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (ปี พ.ศ. 2567 - 2570))

แผนปฏิบัติการงานประจำ
ประจำปีงบประมาณ 2570

แผนยุทธศาสตร์ คณะพาณิชยนาวินานาชาติ
ประจำปีงบประมาณ 2569-2572
(Road Map) ฉบับทบทวน 2570



01. ที่มาและกำหนดการ



iMS
Faculty of International
Maritime Studies
Kasetsart University

Timeline การทบทวนแผนยุทธศาสตร์และจัดทำแผนปฏิบัติการ ประจำปีงบประมาณ 2570

คณะพาณิชย์นาวินานาชาติ

ร่วมขับเคลื่อน
สู่อนาคตทางทะเลที่ยั่งยืน

กันยายน 2569

จ.	อ.	พ.	พฤ.	ศ.	ส.	อา.
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

ตุลาคม 2569

จ.	อ.	พ.	พฤ.	ศ.	ส.	อา.
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

1 2 กันยายน 2569



ทบทวนแผนยุทธศาสตร์
คณะพาณิชย์นาวินานาชาติ
ประจำปีงบประมาณ 2570

2 9 กันยายน 2569



พิจารณาร่าง Initiative Projects
(โครงการตามแผนยุทธศาสตร์ IMS)

3 30 กันยายน 2569



ถ่ายทอดแผนยุทธศาสตร์
คณะพาณิชย์นาวินานาชาติ
จัดกิจกรรมในวันประชุมบุคลากรคณะฯ

4 9 กันยายน – 9 ตุลาคม 2569



แต่ละฝ่ายจัดทำร่างโครงการ/กิจกรรม
ตามภารกิจคณะฯ และกิจกรรมงานประจำ

- ระบุงบประมาณที่ขอ เทียบกับที่ใช้ในปีที่ผ่านมา
- ระบุช่วงเวลาที่จัด
- แสดงเหตุผลความจำเป็นในการขอ

5 19–23 ตุลาคม 2569



พิจารณาคำขอของงบประมาณ
คณะกรรมการบริหารงบประมาณฯ
พิจารณาแหล่งเงินรายได้
Action Plan + แผนงานประจำ
(รอพิจารณานัดหมายอีกครั้ง)

6 26–30 ตุลาคม 2569



ประชาสัมพันธ์และสื่อสาร
โครงการและกิจกรรม Action Plan
คณะพาณิชย์นาวินานาชาติ ประจำปี 2570

People
Knowledge
Sustainable Oceans

IMS KU

“ องค์ความรู้สู่มหาสมุทร
เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน ”

ภาพการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนานาชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2569-2572 ฉบับปีงบประมาณ พ.ศ.2570 (2 กันยายน 69 – ทบทวนแผนฯ / 9 กันยายน 69 – ประชุม คกก.บริหาร)



02. ทิศทางองค์กร

Mission | พันธกิจ

คณะพาณิชยนาวิธานชาติ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

KU-IMS



01 ด้านการศึกษา

จัดการศึกษาเพื่อสร้างและ
พัฒนาบุคลากรทางด้าน
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและ
โลจิสติกส์ทางทะเล ที่มีคุณภาพ
ในระดับสากล



02 ด้านการวิจัย

ส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรม
ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี
และโลจิสติกส์ทางทะเลที่มี
ความเป็นเลิศในระดับโลก



03 ด้านการบริการวิชาการ

ให้บริการทางวิชาการแก่
หน่วยงานของภาครัฐ ภาคเอกชน
และชุมชน ทั้งในและต่างประเทศ



04 ด้านการบริหารจัดการ

บริหารงานยึดหลักธรรมาภิบาล
ระบบงานชัดเจน รวดเร็ว
มีประสิทธิภาพ



05 ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม คุณธรรม และจริยธรรม

อนุรักษ์สืบสานศิลปวัฒนธรรม
และจารีตประเพณีที่ดีงาม

02. ทิศทางองค์กร

Core Value

ค่านิยมองค์กร

KU-IMS

คณะพาณิชยศาสตร์บริหารนานาชาติ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

K

Knowledge

มีองค์ความรู้



U

Universal Standard

มาตรฐานสากล



I

Internationalization

การเชื่อมโยงเครือข่าย
ความร่วมมือกับนานาชาติ



M

Mastery

มีความเชี่ยวชาญ



S

Social Responsibility for Sustainable Development

มีความรับผิดชอบต่อสังคม
เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



02. ทิศทางองค์กร



คณะพาณิชยนาวิธานชาติ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
2569-2572

PEOPLE
KNOWLEDGE
OCEAN
A SUSTAINABLE
TOMORROW

OCEAN
PEOPLE
KNOWLEDGE
INNOVATION
GLOBAL IMPACT

วิสัยทัศน์ | VISION

**เป็นศูนย์กลางในการเรียนรู้
วิจัยและนวัตกรรม
ด้านพาณิชยนาวิแบบครบวงจร**

To be a comprehensive hub for learning, research
and innovation in maritime studies.

Dean – Assoc.Prof. Prachakon Kaewkhaw, D.Eng.
คณบดีคณะพาณิชยนาวิธานชาติ



วิทยาศาสตร์การเดินเรือ

NAVIGATING
A SAFER TOMORROW



วิศวกรรมต่อเรือและ
วิศวกรรมสมุทรศาสตร์

ENGINEERING
TOMORROW'S OCEAN



วิศวกรรมเครื่องกลเรือ

POWERING
A SUSTAINABLE OCEAN



การขนส่งทางทะเล

CONNECTING
THE WORLD BY SEA

02 · ทิศทางองค์กร · Vision Components

องค์ประกอบของวิสัยทัศน์ 4 ด้าน



1

Learning & Human Capital Hub

ศูนย์กลางการเรียนรู้และกำลังคนทางพาณิชย์นาวี

พัฒนากำลังคนที่มีสมรรถนะระดับสากล ทั้งเชิงวิชาการและการฝึกปฏิบัติจริง
ตอบโจทย์อุตสาหกรรมและเศรษฐกิจทางทะเลของประเทศ

2

Integrated Research & Innovation Hub

ศูนย์กลางการวิจัยและนวัตกรรมแบบครบวงจร

ผลิตงานวิจัยและนวัตกรรมที่เชื่อมโยงทุกมิติของพาณิชย์นาวี สร้างผลกระทบ
เชิงบวกต่ออุตสาหกรรมและนโยบายระดับชาติ

3

Maritime Partnership & Policy Hub

ศูนย์กลางความร่วมมือและเครือข่ายทางทะเล

เชื่อมโยงภาครัฐ เอกชน และต่างประเทศ สร้างระบบนิเวศพาณิชย์นาวีที่
เข้มแข็ง และร่วมขับเคลื่อนนโยบายและมาตรฐานทางทะเล

4

Excellence & Sustainability Organization

องค์กรแห่งความเป็นเลิศและความยั่งยืน

บริหารด้วยระบบคุณภาพดิจิทัล โปร่งใส มีประสิทธิภาพ และขับเคลื่อนด้วย
ข้อมูล เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในทุกมิติ

02 · ทิศทางองค์กร · Vision KPI Milestone

ตัวชี้วัดระดับวิสัยทัศน์และเป้าหมายรายปี



ตัวชี้วัด (หน่วย)	เป้า 4 ปี	2569	2570 ★	2571	2572
1 · ศูนย์กลางการเรียนรู้และกำลังคนทางพาณิชยนาวิ					
V1 อัตราการมีงานทำของบัณฑิตภายใน 1 ปีหลังสำเร็จการศึกษา (%)	≥ 90	70	80	85	90
V2 รายได้จากหลักสูตรฝึกอบรม / Non-degree / Micro-credential (ล้านบาท)	≥ 6	1.0	1.5	1.7	1.8
2 · ศูนย์กลางการวิจัยและนวัตกรรมแบบครบวงจร					
V3 มูลค่าผลงานวิจัยและบริการวิชาการเชิงพาณิชย์ (ล้านบาท)	≥ 50	3	10	10	10
V4 องค์กรที่นำผลงานวิจัย/นวัตกรรมของคณะไปใช้ประโยชน์ (แห่ง)	≥ 10	2	2	3	3
3 · ศูนย์กลางความร่วมมือและเครือข่ายทางทะเล					
V5 ข้อเสนอเชิงนโยบาย/มาตรฐานทางทะเลที่คณะมีส่วนร่วมพัฒนา (ฉบับ)	≥ 4	1	1	1	1
V6 การเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือระดับนานาชาติ (เครือข่าย)	≥ 8	2	2	2	2
4 · องค์กรแห่งความเป็นเลิศและความยั่งยืน					
V7 คะแนนประเมิน EdPEX (คะแนน)	≥ 300	200	250	270	300
V8 ดัชนีความผูกพันของบุคลากร – Employee Engagement Index (%)	≥ 85	70	75	80	85

จากยุทธศาสตร์สู่กลยุทธ์และโครงการริเริ่ม



ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	โครงการริเริ่ม (ปีดำเนินการ)
1 · ยกระดับการเรียนรู้และผลิ กำลังคน	1.1 พัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์ประเทศและอุตสาหกรรม (Degree / Non-degree)	โครงการ 5 หลักสูตรใหม่ ป.ตรี/โท ที่ขาดแคลน (2571) · โครงการ 6 หลักสูตรระยะสั้น (2571)
	1.2 พัฒนารูปแบบการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่นและทันสมัย (Hybrid / Simulation / Lifelong Learning)	โครงการ 2 Maritime Flexible Learning Program (2572)
2 · ผู้นำนวัตกรรม วิจัย และ บริการวิชาการ	2.1 ขับเคลื่อนศูนย์ MTTC เป็นกลไกหลักด้านนวัตกรรม วิจัย และ บริการวิชาการ	โครงการ 1 MTTC NEXT (2570)
	2.2 เสริมสร้างการสื่อสารและเผยแพร่ผลงานวิชาการเชิงรุก ระดับชาติและนานาชาติ	โครงการ 7 ประชาสัมพันธ์เชิงรุกผลงานวิจัยและ นวัตกรรม (2570)
3 · พันธมิตรเชิงกลยุทธ์	3.1 ต่อยอดความร่วมมือกับเครือข่ายให้เกิดผลลัพธ์จริง เช่น หลักสูตรร่วม วิจัยร่วม แลกเปลี่ยนบุคลากร	โครงการ 8 Strategic Maritime Partnership Program (2572)
4 · องค์กรเป็นเลิศและยั่งยืน	4.1 พัฒนาระบบบริหารตามแนวทาง EdPEx บูรณาการ เทคโนโลยีดิจิทัลและความยั่งยืน	โครงการ 3 Smart Maritime Campus (2570) · โครงการ 4 Excellence Culture Program (2570)



ยุทธศาสตร์ที่ 1 · ยกระดับการเรียนรู้และผลิตกำลังคน



ตัวชี้วัด (หน่วย)	เป้า 69	ผล 69	เป้า 70 ★	เป้า 71	เป้า 72
กลยุทธ์ 1.1 พัฒนาหลักสูตรที่ตอบโจทย์ประเทศและอุตสาหกรรม					
S1 หลักสูตร Degree / Non-degree / Micro-credential ที่ศิษย์เก่าและผู้ประกอบการร่วมพัฒนา และผ่านความเห็นชอบจากมหาวิทยาลัย (หลักสูตร)	2	N/A	3	3	3
S2 บัณฑิตที่ได้งานทำในองค์กรระดับชาติ/นานาชาติที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ (คน)	15	N/A	20	25	30
S3 รายได้แรกเข้าทำงานของบัณฑิตโดยเฉลี่ย (บาท)	18,000	18,569	20,000	22,000	25,000
กลยุทธ์ 1.2 พัฒนารูปแบบการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่นและทันสมัย					
S4 หลักสูตรที่มีการเรียนการสอนแบบยืดหยุ่นและเปิดสอนจริง (หลักสูตร)	1	–	2	2	3
S5 ความพึงพอใจของผู้เรียนในหลักสูตรแบบยืดหยุ่น (คะแนน)	4.5	–	4.5	4.5	4.5

ยุทธศาสตร์ที่ 2 · นวัตกรรม วิจัย และบริการวิชาการ



ตัวชี้วัด (หน่วย)	เป้า 69	ผล 69	เป้า 70 ★	เป้า 71	เป้า 72
กลยุทธ์ 2.1 ขับเคลื่อนศูนย์ MTTC					
S6 โครงการวิจัย / บริการทดสอบ / บริการอบรม ที่จัดโดย MTTC (โครงการ/บริการ)	5	7	8	10	12
S7 ห้องปฏิบัติการหรือศูนย์ที่ได้รับมาตรฐานระดับชาติหรือนานาชาติ (แห่ง)	1	–	2	3	5
S8 ลูกค้า/หน่วยงานที่ใช้บริการผ่าน MTTC และกลับมาใช้ซ้ำ (ร้อยละ)	10	–	15	20	30
กลยุทธ์ 2.2 สื่อสารและเผยแพร่ผลงานวิชาการเชิงรุก					
S9 ผลงานวิจัย/นวัตกรรมที่เผยแพร่ในวารสารหรือสื่อระดับชาติ/นานาชาติ (ผลงาน)	25	34	30	35	35
S10 ผู้รับบริการงานบริการวิชาการที่เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)	8	N/A	8	10	10
S11 การรับรู้ของสาธารณะต่อผลงานของคณะ จากการเข้าชม/Engagement (ครั้ง)	500	N/A	800	1,000	1,200

ยุทธศาสตร์ที่ 3–4 · พันธมิตรและการบริหารองค์กร



ตัวชี้วัด (หน่วย)	เป้า 69	ผล 69	เป้า 70 ★	เป้า 71	เป้า 72
กลยุทธ์ 3.1 ต่อยอดความร่วมมือกับเครือข่ายให้เกิดผลลัพธ์จริง					
S12 คิษย์เก่าที่ลงทะเบียนในระบบทะเบียนศิษย์เก่าเพื่อสนับสนุนกิจกรรมคณะ (คน)	300	–	500	800	1,000
S13 เครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่างประเทศที่ดำเนินการอยู่ (Active) (เครือข่าย)	17	21	18	19	20
S14 โครงการ/กิจกรรมความร่วมมือที่เกิดผลเชิงรูปธรรม เช่น วิจัยร่วม แลกเปลี่ยน หลักสูตร ร่วม (โครงการ)	2	4	2	3	3
กลยุทธ์ 4.1 พัฒนาระบบบริหารตามแนวทาง EdPEX					
S15 สัดส่วนกระบวนการหลักที่ปรับเข้าสู่ระบบดิจิทัล (ร้อยละ)	20	N/A	30	40	50
S16 ระบบบริหารและกระบวนการทำงานที่พัฒนาหรือปรับปรุงประสิทธิภาพ (ระบบ)	5	N/A	8	10	15
S17 กิจกรรมพัฒนาบุคลากรตามสมรรถนะหลัก – Core Competencies (กิจกรรม)	2	2	2	3	3
S18 บุคลากรที่เข้าร่วมประกวดผลงานระดับชาติ/นานาชาติ (คน)	3	N/A	3	5	5
S19 ดัชนีความผูกพันของบุคลากร – Employee Engagement Index	70	75.03	75	80	85



4 โครงการริเริ่มปี 2570 และผู้รับผิดชอบหลัก

1

กลยุทธ์ 2.1

MTTC NEXT

ผู้รับผิดชอบ: คณบดี / ศูนย์ MTTC

3

กลยุทธ์ 4.1

Smart Maritime Campus

ผู้รับผิดชอบ: ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนาระบบฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ

4

กลยุทธ์ 4.1

Excellence Culture Program

ผู้รับผิดชอบ: รองคณบดีฝ่ายบริหารและพัฒนาองค์กร

7

กลยุทธ์ 2.2

ประชาสัมพันธ์เชิงรุกผลงานวิจัยและนวัตกรรม

ผู้รับผิดชอบ: รองคณบดีฝ่ายพัฒนาการวิจัย บริการวิชาการ และความเป็นสากล



1. MTTC NEXT · ขับเคลื่อนศูนย์นวัตกรรมพานิชยนาวิสู่เชิงพาณิชย์

เป้าหมาย

ขับเคลื่อน MTTC ศูนย์ฝึกอบรมและทดสอบเชิงพาณิชย์ สร้างรายได้จากเครื่องมือ อุปกรณ์ และ ความเชี่ยวชาญของคณะฯ อย่างยั่งยืน

ปัจจัยนำเข้า

- บุคลากรทีม MTTC และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ
- เครื่องมือจำลองและอุปกรณ์ทดสอบของคณะฯ
- เครือข่ายพันธมิตรด้านพานิชยนาวิและโลจิสติกส์

ผู้รับผิดชอบหลัก: คณบดี / ศูนย์ MTTC

กิจกรรมหลัก (Key Activities)	ผลผลิต / ค่าเป้าหมาย (Output)
1. ปรับโครงสร้างและกลไกบริหารรายได้ของศูนย์ MTTC	ระบบบริหารรายได้และแพลตฟอร์มพร้อมใช้งาน 1 ระบบ
2. พัฒนา MTTC Booking & Billing System สำหรับจองหลักสูตรและบริการทดสอบ	ระบบจองหลักสูตรและบริการทดสอบออนไลน์ 1 ระบบ
3. พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเชิงเทคนิคและบริการทดสอบเชิงพาณิชย์	หลักสูตรระยะสั้น ≥ 5 หลักสูตร · คู่มือบริการและมาตรฐานการทดสอบ ≥ 3 งาน
4. จัดกิจกรรมฝึกอบรมและรับจ้างทดสอบ	บริการฝึกอบรมและรับจ้างทดสอบ ≥ 10 ครั้ง/ปี
5. ประเมินผลรายได้และวางแผนขยายผลเชิงธุรกิจ	รายได้จากบริการ ≥ 3 ล้านบาท · รายได้เพิ่มขึ้น $\geq 15\%$ ต่อปี · MTTC ได้รับการยอมรับระดับประเทศ



3. Smart Maritime Campus · พัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อการบริหารจัดการ

เป้าหมาย

เชื่อมโยงข้อมูล กระบวนการ และบริการของคณะฯ ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลกลาง เพิ่มความรวดเร็ว ความถูกต้อง และประสิทธิภาพการตัดสินใจ

ปัจจัยนำเข้า

- ทีมพัฒนาระบบและเจ้าของกระบวนการ
- ฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศเดิม
- โครงสร้างพื้นฐานเครือข่าย / Cloud
- ข้อกำหนดด้าน Cybersecurity และ PDPA

ผู้รับผิดชอบหลัก: ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนาระบบฐานข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ

กิจกรรมหลัก (Key Activities)	ผลผลิต / ค่าเป้าหมาย (Output)
1. สำรวจความต้องการ จัดทำสถาปัตยกรรมระบบและ Data Governance	สถาปัตยกรรมระบบ มาตรฐานข้อมูล และ Data Governance 1 ชุด
2. พัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลกลางและเชื่อมโยงฐานข้อมูลสำคัญของคณะฯ	แพลตฟอร์มข้อมูลกลาง 1 ระบบ เชื่อมโยงข้อมูลสำคัญ ≥ 4 ชุด
3. พัฒนา Dashboard ผู้บริหาร ระบบ e-Service และ Workflow ดิจิทัล	Dashboard ≥ 4 ชุด · e-Service / Workflow ≥ 3 กระบวนการ
4. ทดลองใช้ อบรมผู้ใช้งาน และทดสอบ Cybersecurity / PDPA	ผู้ใช้งานผ่านการอบรม $\geq 80\%$ · รายงานทดสอบ Cybersecurity / PDPA 1 ฉบับ
5. ประเมินการใช้งาน คุณภาพข้อมูล และขยายผลอย่างต่อเนื่อง	ข้อมูลครบถ้วน $\geq 90\%$ · เวลาทำงานลดลง $\geq 30\%$ · ความพึงพอใจ ≥ 4.00 คะแนน



4. Excellence Culture Program · สร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งความเป็นเลิศ

เป้าหมาย

สร้างพฤติกรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ เรียนรู้ร่วมกัน และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับบุคลากรและผลการดำเนินงานของคณะฯ

ปัจจัยนำเข้า

- คณะผู้บริหารและทีมพัฒนาองค์กร
- ข้อมูลค่านิยม สมรรถนะ และผลสำรวจบุคลากร
- ระบบสื่อสารภายในและกลไกการยกย่องชมเชย
- เครือข่ายวิทยากร / ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้รับผิดชอบหลัก: รองคณบดีฝ่ายบริหารและพัฒนาองค์กร

กิจกรรมหลัก (Key Activities)	ผลผลิต / ค่าเป้าหมาย (Output)
1. ประเมินวัฒนธรรมองค์กรและความผูกพัน พร้อมวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis)	รายงาน Culture Baseline / Gap 1 ฉบับ · กรอบพฤติกรรมแห่งความเป็นเลิศ 1 ชุด
2. กำหนดพฤติกรรมแห่งความเป็นเลิศและจัดทำแผนสื่อสารภายใน	คู่มือพฤติกรรมและชุดสื่อภายใน 1 ชุด
3. พัฒนาผู้นำต้นแบบและ Change Agent ผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ	ผู้บริหารเข้าร่วม 100% · บุคลากรเข้าร่วม $\geq 80\%$ · Change Agent ≥ 4 คน
4. ขับเคลื่อนโครงการปรับปรุงงาน การจัดการความรู้ และการยกย่องชมเชย	โครงการปรับปรุงงาน ≥ 4 โครงการ · กิจกรรม KM ≥ 2 ครั้ง · ระบบยกย่องชมเชย 1 ระบบ
5. ประเมินผลและบูรณาการวัฒนธรรมกับระบบบริหารและพัฒนาบุคลากร	การรับรู้ค่านิยม $\geq 80\%$ · คะแนนความผูกพันเพิ่ม $\geq$ ร้อยละ 5 · ความพึงพอใจ ≥ 4.00 คะแนน



7. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกผลงานวิจัยและนวัตกรรมพาณิชย์สู่สังคม

เป้าหมาย

สื่อสารผลงานวิจัยและนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มการรับรู้ การใช้ประโยชน์ และความ ร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ

ปัจจัยนำเข้า

- ฐานข้อมูลผลงานวิจัยและนวัตกรรม
- นักวิจัย ทีมสื่อสาร และผู้ผลิตสื่อ
- ช่องทางดิจิทัล สื่อมวลชน และเครือข่าย พันธมิตร
- เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสาร

ผู้รับผิดชอบหลัก: รองคณบดีฝ่าย พัฒนาการวิจัย บริการวิชาการ และ ความเป็นสากล

กิจกรรมหลัก (Key Activities)	ผลผลิต / ค่าเป้าหมาย (Output)
1. คัดเลือกผลงานเด่น จัดทำฐานข้อมูล และกำหนด กลุ่มเป้าหมาย	ฐานข้อมูลผลงานเพื่อการสื่อสาร 1 ระบบ · Audience / Message Map 1 ชุด
2. จัดทำแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุกและ Editorial Calendar รายปี	แผนประชาสัมพันธ์และ Editorial Calendar 1 ฉบับ
3. ผลิต Research Story, Infographic, Video และ ข่าวประชาสัมพันธ์	เนื้อหาคุณภาพ ≥ 5 ชิ้น/ปี ครอบคลุม ≥ 3 รูปแบบ/ช่องทาง
4. เผยแพร่ผ่านสื่อของคณะฯ สื่อมวลชน พันธมิตร และเวที สาธารณะ	เผยแพร่ผ่านสื่อภายนอก ≥ 6 ครั้ง/ปี · ร่วมสื่อสารกับพันธมิตร ≥ 6 ครั้ง/ปี
5. ติดตาม Reach / Engagement และข้อเสนอความร่วมมือ ปรับแผนรายไตรมาส	การเข้าชม/มีส่วนร่วม ≥ 800 ครั้ง/ปี · ข้อสอบถามหรือโอกาสความร่วมมือ ≥ 5 เรื่อง/ปี



4 ภายใน 9 ตุลาคม 2569

ทุกฝ่ายจัดทำร่างโครงการ/กิจกรรมตามภารกิจคณะฯ และกิจกรรมงานประจำ

โดยในร่างต้องระบุ

- ✓ งบประมาณที่ขอ เทียบกับที่ใช้ในปีที่ผ่านมา
- ✓ ช่วงเวลาที่จัดโครงการ/กิจกรรม
- ✓ เหตุผลความจำเป็นในการขอ

5 19–23 ต.ค. 2569

พิจารณาคำขอของงบประมาณ

คณะกรรมการบริหารงบประมาณฯ พิจารณาแหล่งเงินรายได้ Action Plan และแผนงานประจำ (รอยืนยันวันนัดหมาย)

6 26–30 ต.ค. 2569

ประชาสัมพันธ์และสื่อสาร

สื่อสารโครงการและกิจกรรม Action Plan ปี 2570 ให้บุคลากรทุกคนรับทราบ