



วิทยาลัยนวัตกรรม  
สื่อสารสังคม  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

# แผนกลยุทธ์

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565 - 2567



วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





วิทยาลัยนวัตกรรมการ  
สื่อสารสังคม  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

## แผนกลยุทธ์

(ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 - 2567)

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

# คำนำ

องค์กรมีการกำหนดเป้าหมาย ภารกิจ และพันธกิจขององค์กรที่แตกต่างกัน และมีปัจจัยภายในและภายนอกที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานภายในองค์กร การบริหารองค์กรให้บรรลุพันธกิจจึงจำเป็นต้องมีแผนกลยุทธ์และการวางแผนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้ภาคส่วนต่างๆ ขององค์กรมีทิศทางการทำงาน

ตามเป้าหมายขององค์กร การกำหนดแผนกลยุทธ์เปรียบเสมือนแผนที่และกลวิธีเพื่อให้คนในองค์กรทุกภาคส่วนได้เข้าใจถึงบทบาทของการทำงานร่วมกันมุ่งหวังประสิทธิภาพของงานเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้ได้ประเด็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการบริหารองค์กร การจัดทำแผนกลยุทธ์จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีขั้นตอนการดำเนินงานและการวางแผนกลยุทธ์อย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องในระดับต่างๆ ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดเป้าหมาย กำหนดแผนงานและแนวทางในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับบริบทต่างๆ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อนำมากำหนดทิศทางความเป็นไปได้ในการดำเนินงานตามขีดความสามารถขององค์กร

การจัดทำแผนกลยุทธ์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานแผนกลยุทธ์ที่ผ่านมา ทั้งคำนึงถึงบริบทในปัจจุบันและแผนกลยุทธ์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการวิเคราะห์ถึงต้นทุนการดำเนินงาน ผลประโยชน์และความสามารถของบุคลากรที่เป็นสิ่งสำคัญ

ทั้งนี้ เพื่อให้การดำเนินงานของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมบรรลุเป้าหมายสูงสุด จึงดำเนินการให้มีการทบทวนแผนกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีขึ้น ภายใต้โครงการพัฒนาระบบบริหาร : กิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนแผนกลยุทธ์และจัดทำแผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับบริบทและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป อีกทั้งรองรับกับเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรียัฐ ภัคศิรณชิต

รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ



## แผนกลยุทธ์

(ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 - 2567)

ฉบับทบทวน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

### เป้าหมาย (Goal)

เป็นองค์กรการศึกษาด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสารที่ตระหนักถึงคุณธรรมและสังคม

### วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นองค์กรการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตที่บูรณาการศาสตร์ด้านนวัตกรรมสื่อสาร สื่อดิจิทัล การสร้างสรรค์ และการจัดการ ที่ตระหนักถึงคุณธรรมและสังคม

### พันธกิจ (Missions)

1. ผลิตและพัฒนาคนด้านสื่อและการสื่อสารร่วมสมัย
2. สร้างสรรค์งานวิจัย งานสร้างสรรค์ และนวัตกรรมด้านสื่อและการสื่อสาร
3. บริการวิชาการ ด้วยองค์ความรู้ของวิทยาลัยสู่ชุมชน
4. ทำนุบำรุงวัฒนธรรมและศิลปะ
5. พัฒนาระบบการบริหารจัดการภายใต้หลักธรรมาภิบาล

## วัฒนธรรมองค์กร (Organizational

“ทำงานเป็นทีมแบบมืออาชีพเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ”

## ค่านิยมองค์กร (Core Value)

“COSCI<sup>2</sup>”

Collaborative	ทุกคนในองค์กรร่วมมือทำงานเป็นทีม
Organizational excellence	มุ่งเน้นประสิทธิภาพและมีการทำงานที่ยอดเยี่ยมทั้งกระบวนการ และผลงาน
Social Responsibility	มุ่งเน้นการรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ
Corporate Governance	กำกับดูแลอย่างมีธรรมาภิบาล
Innovation and Internationalization	มีนวัตกรรม และ ความเป็นสากล

## สมรรถนะหลัก (Core

Smart Communication	รอบรู้การสื่อสาร
Teamwork	ทำงานเป็นทีม
Modern	ทันสมัย
Morality and Social Responsibility	มีจริยธรรม รับผิดชอบต่อสังคม
Digital Literacy	รู้ทันดิจิทัล

# แผนกลยุทธ์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 - 2567

## ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเป็นเลิศในการจัดการศึกษาด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสาร

เป้าประสงค์ 1 หลักสูตร เป็นที่ยอมรับระดับชาติและนานาชาติ

เป้าประสงค์ 2 บุคลากรสายวิชาการมีความเป็นเลิศในการจัดการเรียนการสอน

เป้าประสงค์ 3 พัฒนาบัณฑิตให้มีคุณลักษณะ New Generation Global Citizen

## ประเด็นกลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้เกิดงานวิจัย งานสร้างสรรค์และนวัตกรรม

เป้าประสงค์ 1 เกิดการเผยแพร่ผลงานในระดับชาติและนานาชาติ

เป้าประสงค์ 2 เกิดผลงานสร้างสรรค์/นวัตกรรม

## ประเด็นกลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการบริการวิชาการเพื่อสังคม

เป้าประสงค์ 1 พัฒนาพื้นที่เป้าหมาย (Area based) ด้วยความเชี่ยวชาญของวิทยาลัย

เป้าประสงค์ 2 สร้างโครงการบริการวิชาการเพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ

เป้าประสงค์ 3 เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสารแก่สังคม

## ประเด็นกลยุทธ์ที่ 4 มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงภายใต้หลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ 1 เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง

เป้าประสงค์ 2 บริหารจัดการองค์กรภายใต้หลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ 3 องค์กรมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับ

# วิเคราะห์ความสอดคล้องของแผนกลยุทธ์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมได้ดำเนินการจัดทำแผนกลยุทธ์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ประจำปี พ.ศ. 2565 – 2567 และมีการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

ความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

SWU KPIs : กรอบแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

KPIs : แผนปฏิบัติการและตัวชี้วัดภายใต้กรอบแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

กรอบแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	แผนปฏิบัติการและตัวชี้วัดภายใต้กรอบ แผนยุทธศาสตร์ 20 ปี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ			แผนกลยุทธ์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม
SWU KPIs 1-1	KPIs1-04	KPIs2-05	KPIs3-07	<b>ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1</b> สร้างความเป็นเลิศในการจัดการศึกษาด้านสื่อและ นวัตกรรมสื่อสาร
SWU KPIs 1-2	KPIs1-05	KPIs2-06	KPIs3-07	
SWU KPIs 2-4	KPIs1-08		(P3-09)	
SWU KPIs 2-5	KPIs1-11			
SWU KPIs 3-2	KPIs1-13			
	KPIs1-30			
	KPIs1-39			
	(P1-51)			
	KPIs1-37			
	KPIs1-44			

กรอบแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	แผนปฏิบัติการและตัวชี้วัดภายใต้กรอบ แผนยุทธศาสตร์ 20 ปี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ			แผนกลยุทธ์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม
	KPIs1-47 (P1-67)			
SWU KPIs 1-1 SWU KPIs 1-2	KPIs1-28 KPIs1-32			<b>ประเด็นกลยุทธ์ที่ 2</b> ส่งเสริมให้เกิดงานวิจัย งานสร้างสรรค์และนวัตกรรม
SWU KPIs 1-1 SWU KPIs 2-3 SWU KPIs 3-1 SWU KPIs 3-2	KPIs1-09 KPIs1-11 KPIs1-13 KPIs1-19-23 KPIs1-19-30 KPIs1-25	KPIs2-04	KPIs3-02 KPIs3-04 KPIs3-05 KPIs3-06	<b>ประเด็นกลยุทธ์ที่ 3</b> ส่งเสริมการบริการวิชาการเพื่อสังคม
SWU KPIs 1-2 SWU KPIs 2-1 SWU KPIs 2-2 SWU KPIs 2-3 SWU KPIs 2-5	KPIs1-08	KPIs2-02 KPIs2-03 KPIs2-04 KPIs2-06		<b>ประเด็นกลยุทธ์ที่ 4</b> มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงภายใต้ หลักธรรมาภิบาล



# COSCI SWOT Analysis

## 1. จุดแข็ง (Strengths)

- มีอัตราการแข่งขันของนักเรียนแรกเข้าติดอันดับ Top 5 ของประเทศมาโดยตลอด มีค่าเฉลี่ยทุกสาขาวิชาไม่น้อยกว่า 1 ที่นั่ง ต่อนักเรียน 20 คน
- มีหลักสูตรที่ทันสมัย และมีจุดต่างจากสถาบันอื่น (เป็นหลักสูตรสองภาษา และเป็นหลักสูตรบูรณาการ)
- การมีงบประมาณที่สามารถเลี้ยงตนเองได้ และเพียงพอต่อการพัฒนาองค์กร
- ทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ตำแหน่งใจกลางเมืองซึ่งเป็นเขตธุรกิจของกรุงเทพมหานคร
- คณาจารย์และบุคลากรของวิทยาลัยฯ เป็นบุคลากรรุ่นใหม่ให้ความสำคัญในการดูแลเอาใจใส่นิสิต
- คณาจารย์ทำงานประสานกันในทุกหลักสูตร ไม่มีแบ่งสาขาวิชาในทางวิชาการ
- มีโครงการบริการวิชาการที่เข้มแข็ง และตอบโจทย์สังคม
- วิทยาลัยฯ เป็นส่วนงานในกำกับตั้งแต่แรกเริ่ม จึงมีความคล่องตัวการบริหารงานที่ไม่ติดกับระบบเก่า
- วิทยาลัยฯ มีภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ
- นิสิต ศิษย์เก่าของวิทยาลัยฯ เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง

## 2. จุดอ่อน (Weaknesses)

- คณาจารย์ทั้งหมดเป็นคนรุ่นใหม่ ยังอยู่ในการพัฒนาคุณวุฒิ และตำแหน่งวิชาการ รวมถึงการพัฒนาผลงานวิชาการและวิจัย ยังขาด Impact
- ฐานข้อมูลศิษย์เก่ายังอยู่ในช่วงพัฒนา ยังไม่สมบูรณ์
- ความยากลำบากในการหาอาจารย์ที่จบ และเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เนื่องจากไม่สามารถสู้กับธุรกิจเอกชน อาทิ ด้านภาพยนตร์ ด้านแอนิเมชัน
- ภาระงานของสายปฏิบัติการไม่เพียงพอต่อจำนวนนิสิต
- พื้นที่ให้บริการของวิทยาลัยฯ ไม่เพียงพอ เช่น ห้องเรียน ลานกิจกรรม เป็นต้น

### 3. โอกาส (Opportunities)

- ความต้องการของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคสังคมที่ต้องการบัณฑิตแบบ Multi-skills
- การเติบโตของโลกดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วสัมพันธ์กับองค์ความรู้ที่วิทยาลัยฯ มีอยู่
- ความหลากหลายของคนในสังคม ซึ่งต้องอาศัยการสื่อสารในการสร้างความร่วมมือพัฒนาสังคม เพื่อให้เกิดความยั่งยืน
- นโยบายของรัฐในด้าน Creative Economy และ Digital society ทำให้ศาสตร์ของวิทยาลัยฯ เป็นที่ต้องการของประเทศ
- มหาวิทยาลัยฯ ปรับเปลี่ยนสถานภาพมหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ จึงเป็นโอกาสในการสร้างความคล่องตัวในการบริหาร

### 4. อุปสรรค (Threats)

- การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็ว วิทยาลัยฯ จึงต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น
- แนวโน้มของการเปิดหลักสูตรของสถาบันอื่นที่มีความใกล้เคียงกับวิทยาลัย
- อัตราการเกิดลดลง ทำให้ตลาดเล็กลง ต้องวางแผนกลยุทธ์มากขึ้นเพื่อให้ได้ลูกค้า
- ค่านิยมการไม่ศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา ทำให้กระทบโครงสร้างรายได้ของบัณฑิตศึกษา
- การสรรหาบุคลากรผู้สอนในสายปฏิบัติการยังประสบปัญหา เนื่องจากค่าตอบแทนของอาจารย์ไม่สามารถแข่งขันกับองค์กรเอกชน
- หลักเกณฑ์ ระเบียบต่างๆ ของภาครัฐเข้ามาครอบคลุมการดำเนินงานของวิทยาลัยฯ ทำให้ความยืดหยุ่นในการดำเนินงานลดน้อยลงและไม่สามารถควบคุมได้

แผนกลยุทธ์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 - 2567

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1 (S1) : สร้างความเป็นเลิศในการจัดการศึกษาด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสาร						
เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
O1: หลักสูตรเป็นที่ยอมรับระดับชาติและนานาชาติ	T1: หลักสูตรได้รับการรับรองมาตรฐาน	I1: ทุกหลักสูตรเป็นไปตามมาตรฐานของ สกอ.	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการ และวิจัย - รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ - ประธานหลักสูตรทุกหลักสูตร
		I2: หลักสูตรได้รับการรับรองมาตรฐานโดย AUN-QA	- International Accreditation 1 หลักสูตร (ศศ.บ. ภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล) - SWU Advanced Level 4 หลักสูตร	- International Accreditation เพิ่มขึ้น 1 หลักสูตร (ศศ.บ. นวัตกรรมสื่อสารสังคม)	- International Accreditation เพิ่มขึ้น 1 หลักสูตร (ศศ.บ. นวัตกรรมสื่อสาร)	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการ และวิจัย - รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
	T2: เพิ่มจำนวนนิสิตต่างชาติ	I1: จำนวนนิสิตต่างชาติ	จำนวน 10 คน (รวม shorterm - 1 semester และ longterm)	จำนวน 15 คน	จำนวน 30 คน	- คณบดี - รองคณบดีฝ่ายบริหาร - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
O2: บุคลากรสายวิชาการมีความเป็นเลิศในการจัดการเรียนการสอน	T3: พัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรร่วมกับองค์กรภายนอก	I1: ทุกหลักสูตรมีองค์กรภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
		I1: จำนวนอาจารย์ที่ได้รับการรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ตามกรอบมาตรฐาน UKPSF	2 คน	2 คน	2 คน	- คณบดี - รองคณบดีฝ่ายบริหาร

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1 (S1) : สร้างความเป็นเลิศในการจัดการศึกษาด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสาร

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
		I2: จำนวนอาจารย์ที่ได้รับการรับรองสมรรถนะวิชาชีพอาจารย์ ตามกรอบมาตรฐาน UKPSF และเป็นผู้รับผิดชอบหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	- คณบดี - รองคณบดีฝ่ายบริหาร
	T2: ส่งเสริมให้อาจารย์ได้รับตำแหน่งวิชาการที่สูงขึ้น	I1: จำนวนอาจารย์ที่ยื่นขอตำแหน่งวิชาการต่อปี	ไม่น้อยกว่า 3 คน : ปี	ไม่น้อยกว่า 3 คน : ปี	ไม่น้อยกว่า 3 คน : ปี	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
	T3: ส่งเสริมให้อาจารย์พัฒนาทักษะทางการเรียนการสอนและด้านวิชาการ	I1: ร้อยละของอาจารย์ที่ได้รับการอบรมด้านการเรียนการสอน	100	100	100	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
		I2: ร้อยละของอาจารย์ที่ได้รับการอบรมด้านความรู้ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
O3: พัฒนาบัณฑิตให้มีคุณลักษณะ New Generation Global Citizen	T1: ส่งเสริมและพัฒนานิสิตให้มีแนวคิดและทัศนคติที่ดี มีทักษะในการเรียนรู้และศิลปะการดำรงชีวิต	I1: จำนวนกิจกรรมพัฒนานิสิตที่เกี่ยวกับทัศนคติ, คุณธรรม, จริยธรรม (จำนวนกิจกรรมต่อปีงบประมาณ)	ไม่น้อยกว่า 9 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 9 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 9 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต
		I2: อัตราการได้งานทำหลังจากจบการศึกษาภายใน 1 ปี	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1 (S1) : สร้างความเป็นเลิศในการจัดการศึกษาด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสาร

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
		I3: จำนวนกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนานิสิต 1) ด้านการใช้ภาษา 2) ด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น 3) การวิเคราะห์และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ 4) ด้านการใช้เทคโนโลยี 5) ด้านการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม	อย่างน้อย 1 โครงการ ต่อต้าน	อย่างน้อย 1 โครงการ ต่อต้าน	อย่างน้อย 1 โครงการ ต่อต้าน	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต - หัวหน้าศูนย์นวัตกรรมและวิทยบริการ
	T2: ส่งเสริมให้นิสิตมีประสบการณ์ในการทำงานจริง	I1: จำนวนกิจกรรมพัฒนานิสิตที่ฝึกประสบการณ์การทำงาน (กิจกรรมต่อปีงบประมาณ)	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือข่ายองค์กร
		I2: จำนวนกิจกรรมนิสิตที่เกิดจากความร่วมมือของหลักสูตรของวิทยาลัยฯ กับต่างประเทศ (กิจกรรมต่อปีงบประมาณ)	ไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร - ประธานหลักสูตรทุกหลักสูตร
		I3: จำนวนกิจกรรมนิสิตที่เกิดจากความร่วมมือของหลักสูตรของวิทยาลัยฯ กับภาคเอกชน/องค์กร	ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - รองคณบดีฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือข่ายองค์กรฯ - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1 (S1) : สร้างความเป็นเลิศในการจัดการศึกษาด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสาร

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
		ภายนอก (กิจกรรมต่อ ปีงบประมาณต่อหลักสูตร)				
		I4: อัตราการได้งานทำ หลังจากจบการศึกษา	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
	T3: ส่งเสริมให้นิสิตสร้าง สรรค์ผลงานด้านสื่อและ นวัตกรรมสื่อสารเพื่อ ขับเคลื่อนสังคม	I1: จำนวนรางวัลที่นิสิตได้ รับจากหน่วยงานระดับชาติ และนานาชาติ	ไม่น้อยกว่า 20 รางวัล	ไม่น้อยกว่า 20 รางวัล	ไม่น้อยกว่า 20 รางวัล	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือข่ายองค์กรฯ - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
		I2: จำนวนนวัตกรรมที่ สร้างสรรค์	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือข่ายองค์กรฯ - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
		I3: จำนวนงานผลงาน วิจัยของนิสิตที่ได้รับการ เผยแพร่ (ต่อปีปฏิทิน)	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
	T4: พัฒนาสิ่งสนับสนุน การเรียนรู้ของนิสิต	I1: ร้อยละของงบประมาณ ในแต่ละปี	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 25 ของ งบประมาณทั้งหมด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 25 ของ งบประมาณทั้งหมด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 25 ของ งบประมาณทั้งหมด	- รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 2 (S2) : ส่งเสริมให้เกิดงานวิจัย งานสร้างสรรค์และนวัตกรรม

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
O1: เผยแพร่ผลงานในระดับชาติและนานาชาติ	T1: สร้างระบบและกลไกเพื่อส่งเสริมให้เกิดการตีพิมพ์ผลงานวิจัย	I1: จำนวนโครงการวิจัยที่วิทยาลัยให้ทุนฯ (ต่อปีงบประมาณ)	30 โครงการ	30 โครงการ	30 โครงการ	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
		I2: จำนวนผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับชาติและนานาชาติ (ต่อปีปฏิทิน)	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
		I3: ร้อยละของอาจารย์ที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาทักษะทางด้านการวิจัย (ต่อปีงบประมาณ)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
		I4: จำนวนผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติบนฐานข้อมูลบรรณานุกรมวารสารทางวิชาการ SCOPUS	-	3 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 3 ชิ้นงาน	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
		I5: จำนวนบทความตีพิมพ์บนฐานข้อมูลบรรณานุกรมวารสารวิชาการ SCOPUS ที่สนับสนุนหรือสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs)	-	1 ชิ้นงาน	1 ชิ้นงาน	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 2 (S2) : ส่งเสริมให้เกิดงานวิจัย งานสร้างสรรค์และนวัตกรรม

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
O2: เกิดผลงานสร้างสรรค์/ นวัตกรรม	T1: ผลักดันให้เกิดชิ้นงาน สร้างสรรค์/นวัตกรรม	I1: จำนวนชิ้นงาน สร้างสรรค์/นวัตกรรม	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือข่ายองค์กร - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
	T2: พัฒนา/ปรับปรุง หลักสูตร ร่วมกับองค์กรภายนอก	I1: ร้อยละของหลักสูตร ที่มีองค์กรภายนอกเข้ามา มีส่วนร่วมในการพัฒนา	100	100	100	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร



ประเด็นกลยุทธ์ที่ 3 (S3) : ส่งเสริมการบริการวิชาการเพื่อสังคม

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
O1: พัฒนาพื้นที่เป้าหมาย (Area based) ด้วยศาสตร์ ความเชี่ยวชาญของวิทยาลัย	T1: สร้างงานบริการวิชาการ ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนเป้าหมาย	I1: จำนวนกิจกรรมที่ลงพื้นที่ให้กับชุมชน	ไม่น้อยกว่า 8 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการวิชาการฯ
		I2: การเผยแพร่ความรู้ผ่าน SWU Media (ออนไลน์)	พัฒนาสถานีออนไลน์ SWU Media	ไม่น้อยกว่า 12 คอนเทนต์	ไม่น้อยกว่า 12 คอนเทนต์	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการวิชาการฯ - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนาสื่อฯ
		I3: จำนวนกิจกรรม/โครงการบริการเพื่อสังคมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ที่สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) ที่ประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม	1 โครงการ	1 โครงการ	1 โครงการ	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการวิชาการฯ
O2: ให้บริการวิชาการที่ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ	T1: เป็นที่ปรึกษาหน่วยงานภาครัฐในด้านการจัดทำสื่อ นวัตกรรม และงานวิชาการ	I1: จำนวนโครงการที่วิทยาลัย เป็นที่ปรึกษาหน่วยงานภาครัฐในด้านการจัดทำสื่อ นวัตกรรม และงานวิชาการ จำนวนโครงการต่อปีงบประมาณ	ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร - หัวหน้าศูนย์นวัตกรรมและวิทยบริการ
		T2: สร้างโครงการบริการวิชาการเพื่อพัฒนาศักยภาพคนเพื่อเข้าสู่ Life-Long Learning	I1: จำนวนโครงการ Up Skill-Re Skill	ไม่น้อยกว่า 3 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 5 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 5 โครงการ
	I2: จำนวนหลักสูตรระยะสั้น	ดำเนินการ	1 หลักสูตร	1 หลักสูตร	1 หลักสูตร	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - หัวหน้าศูนย์นวัตกรรมและวิทยบริการ

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 3 (S3) : ส่งเสริมการบริการวิชาการเพื่อสังคม						
เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
O3: เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสารแก่สังคม	T1: จัดประชุมนานาชาติและ/หรือเทศกาลสื่อสารสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ/ SWU INNOVATION DAY	I1: จำนวนการประชุมนานาชาติและ/หรือเทศกาลสื่อสารสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ/ SWU INNOVATION DAY	ไม่น้อยกว่า 1 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือข่ายองค์กร - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษฯ
	T2: พัฒนวารสารวิชาการเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้	I1: พัฒนวารสารวิชาการให้อยู่ในฐานข้อมูลระดับประเทศ (TCI)	ดำเนินการ	วารสารวิชาการ นวัตกรรมสื่อสารสังคม อยู่ในฐานข้อมูล TCI 1	วารสารวิชาการ นวัตกรรมสื่อสารสังคม อยู่ในฐานข้อมูล TCI 1	- คณบดี - รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 4 (S4) : มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงภายใต้หลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด	
			2565	2566	2567		
O1: เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง	T1: พัฒนาระบบสารสนเทศในการบริหารจัดการเพื่อช่วยในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	I1: จำนวนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ	ไม่น้อยกว่า 2 ระบบ	ไม่น้อยกว่า 2 ระบบ	ไม่น้อยกว่า 2 ระบบ	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเทคโนโลยีฯ	
	T2: พัฒนาคณาจารย์ในสายงานเพื่อยกระดับทักษะและความสามารถสู่ความเป็นเลิศด้านวิชาการและความชำนาญในสายงาน	I1: ร้อยละของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการที่ได้รับการอบรมพัฒนาในสายงาน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร	
	T3: สร้างความผูกพันและความสุขในองค์กร	I1: ร้อยละของบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการองค์กร	I1: ร้อยละของบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการองค์กร	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
			I2: จำนวนกิจกรรมเสริมสร้างความสุขและความผูกพันในการทำงาน	ไม่น้อยกว่า 1 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
			I3: อัตราการลาออกของบุคลากร	ไม่เกินร้อยละ 10	ไม่เกินร้อยละ 10	ไม่เกินร้อยละ 10	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
			I4: ค่าดัชนีความสุขในการทำงาน	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 65	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 65	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 65	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
	T4: รักษาเสถียรภาพทางการเงิน	I1: สัดส่วนของรายรับต่อค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	-	ไม่เกินร้อยละ 40	ไม่เกินร้อยละ 40	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร - รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ	

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 4 (S4) : มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงภายใต้หลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
O2: บริหารจัดการองค์กรภายใต้หลักธรรมาภิบาล	T1: สร้างและปรับปรุงระบบบริหารจัดการภายใต้หลักธรรมาภิบาล	I1: การบริหารจัดการภายใต้ระบบธรรมาภิบาล	10 ข้อ	10 ข้อ	10 ข้อ	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร - รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ
O3: องค์กรมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับ	T1: สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัยฯ ต่อนักเรียนและบุคคลภายนอก	I1: จำนวนกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ของวิทยาลัยฯ	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 24 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 36 กิจกรรม	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนาสื่อฯ
		I2: จำนวนองค์กรที่มาเยี่ยมชมและจำนวนองค์กรที่เชิญบุคลากรของวิทยาลัยฯ ไปบรรยาย/สื่อสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อ	ไม่น้อยกว่า 5 องค์กร	ไม่น้อยกว่า 5 องค์กร	ไม่น้อยกว่า 5 องค์กร	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนาสื่อฯ
		I3: อัตราการแข่งขันเฉลี่ยของหลักสูตร ป.ตรี ทุกหลักสูตรเพื่อเข้าสู่วิทยาลัยฯ	ไม่น้อยกว่า 1 : 17	ไม่น้อยกว่า 1 : 17	ไม่น้อยกว่า 1 : 18	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
		I4: ร้อยละจำนวนของนิสิตที่ได้รับทุนการศึกษาเปรียบเทียบกับจำนวนนิสิตที่ขอรับทุน	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 4 (S4) : มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงภายใต้หลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)			ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2565	2566	2567	
	T2: สร้างภาพลักษณ์ผ่าน ความผูกพันของศิษย์เก่า	I1: การจัดตั้งสมาคมศิษย์เก่า วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสาร สังคม	ดำเนินการ	ดำเนินการ	จัดตั้งสำเร็จ	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษฯ
		I2: จำนวนกิจกรรมของ วิทยาลัยฯที่ศิษย์เก่ามี ส่วนร่วม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนาศักยภาพนิสิต - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษฯ

## แผนที่ยุทธศาสตร์ COSCI

วิสัยทัศน์ :

เป็นองค์กรการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตที่บูรณาการศาสตร์ด้านนวัตกรรมสื่อสาร  
สื่อดิจิทัล การสร้างสรรค์ และการจัดการ ที่ตระหนักถึงคุณธรรมและสังคม



## คุณลักษณะอาจารย์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มศว

1. ตระหนักและปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร
2. มีทักษะการใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนรู้
3. มีความเชี่ยวชาญในการสอน ทันสมัย
4. มีทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
5. มีทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น

## คุณลักษณะบุคลากรสายสนับสนุนวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

1. ตระหนักและปฏิบัติตามค่านิยมขององค์กร
2. มีความรับผิดชอบและมีความรอบรู้ในงาน
3. มีจิตบริการ และให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง ครบถ้วน รวดเร็ว
4. มีทักษะการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการปฏิบัติงาน
5. มีทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น