

ฟอร์มรายงานความก้าวหน้า

(Progress Report)

การปรับปรุงกระบวนการ

โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติ “The Change Agent Network: Driving Process Innovation”

(เครือข่าย Change Agent ขับเคลื่อนนวัตกรรมกระบวนการทำงาน)

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อกระบวนการ : กระบวนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์
2. ผู้รับผิดชอบหลัก : นางสาวไศศิษฐา ศรีสุข
3. ทีมสนับสนุน (ถ้ามี) : -

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลกระบวนการ

1. โจทย์และความท้าทาย (The Challenge) *ระบุที่มา หลักการ และเหตุผลที่ปรับปรุงกระบวนการนี้*

- ปัญหาเดิมคืออะไร

ในปัจจุบัน กระบวนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อสารภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ และกิจกรรมขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร จากการดำเนินงานที่ผ่านมา พบว่า กระบวนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ยังมีข้อจำกัดหลายประการ ส่งผลให้การสื่อสารยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จึงมีความจำเป็นต้อง **ปรับปรุงและพัฒนากระบวนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์** ให้มีความเป็นระบบ มีความรวดเร็ว ถูกต้อง ทันสมัย และสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร สร้างการรับรู้ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

ปัญหาเดิม

กระบวนการทำงานไม่เป็นระบบ ไม่มีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน และขาดแผนผังการดำเนินงาน (workflow) ทำให้เกิดความสับสนและซ้ำซ้อน

ผลกระทบ

กระบวนการทำงานที่ไม่เป็นระบบจะทำให้เกิด **ความล่าช้าในการผลิตและเผยแพร่สื่อ** สูญเสียโอกาสในการสื่อสารข่าวสารที่ต้องการความรวดเร็ว

2. การวิเคราะห์สาเหตุและจุดวิกฤต (Root Cause Analysis & Visualization)

- แผนภาพวิเคราะห์ [วางรูปภาพ Flowchart/Swimlane/SIPOC ที่นี้]

Supplier (ผู้ส่งมอบ)	Input (ปัจจัยนำเข้า)	Process (กระบวนการ)	Output (ผลผลิต)	Customer (ผู้รับบริการ)
<ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหาร - คณาจารย์ - บุคลากรสายสนับสนุน 	<p>ข้อมูล Checklist Form</p> <ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลผู้ขอผลิตสื่อ หน่วยงาน / องค์กร - ชื่อผู้ประสานงาน เบอร์โทร / Line / Email - วันที่ขอผลิตสื่อ - วัตถุประสงค์ของสื่อ ต้องการประชาสัมพันธ์เรื่องใด - เป้าหมายของสื่อ <p>ให้ข้อมูล/เชิญชวน/สร้างการรับรู้/อื่น ๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มเป้าหมาย (เช่น นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป พนักงาน ฯลฯ) - ประเภทสื่อที่ต้องการ โปสเตอร์/แบนเนอร์/อินโฟกราฟิก/วิดีโอ - ช่องทางเผยแพร่ Facebook/Line/Website/จอ LED / ป้ายประชาสัมพันธ์/สิ่งพิมพ์/อื่นๆ - ข้อมูลเนื้อหาที่ต้องใส่ในสื่อ หัวข้อหลัก / ชื่อกิจกรรม 	<p>1. รับข้อมูล Checklist Form และตรวจสอบข้อมูลที่ตรวจสอบแล้ว</p>	<p>ข้อมูล Checklist Form ตามข้อกำหนด</p>	<p>หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร</p>

	<p>รายละเอียดสำคัญ (ใคร / ทำอะไร / ที่ไหน / เมื่อไร / อย่างไร)</p> <ul style="list-style-type: none"> - วัน เวลา สถานที่ - ช่องทางติดต่อ ลิงก์ / QR Code (ถ้ามี) - รูปแบบและแนวทางการออกแบบ โทนสีที่ต้องการ สไตล์/ทางการ/สดใส/ทันสมัย/เรียบง่าย - มีตัวอย่างสื่ออ้างอิงหรือไม่ มี (แนบไฟล์ / ลิงก์)/ไม่มี - โลโก้และไฟล์ที่เกี่ยวข้อง โลโก้หน่วยงาน (ไฟล์แนบ) ภาพถ่ายที่ต้องการใช้ - ข้อกำหนด CI / Brand Guideline (ถ้ามี) - กำหนดเวลา วันที่ต้องการแบบร่าง (Draft) /วันที่ต้องการงานสมบูรณ์ 			
<p>หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูล Checklist Form ที่ผ่านการทบทวน - ระดับความเร่งด่วน ด่วนมาก = 1-3 วันทำการ ด่วน = 4-7 วันทำการ ปกติ = 8-14 วันทำการ 	<p>2. ประเมินระดับความเร่งด่วนและจัดลำดับคิวงาน</p>	<p>ระดับความเร่งด่วน / แผนการดำเนินงานเบื้องต้น</p>	<p>หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร</p>

หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร	วิเคราะห์ความต้องการและกำหนด Requirement รวมถึง Timeline / SLA	3. Checklist Form / ข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้รับบริการ	ข้อมูล Requirement เพิ่มเติมของผู้รับบริการ	หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร
หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลจาก Checklist Form/Requirement - ความรู้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ - เครื่องมือในการออกแบบและผลิตสื่อ (Canva, Adobe) - CI Brand 	4. ออกแบบและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ตามข้อกำหนด	สื่อประชาสัมพันธ์ตามที่ผู้รับบริการกำหนด	หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร
หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อประชาสัมพันธ์ - ข้อกำหนดด้าน CI Brand Guideline คณะรัฐศาสตร์ฯ มช. - ตรวจสอบภาษาไทย/อังกฤษตามพระราชบัญญัติภาษา - พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 	5. ตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์	สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ	หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร
หัวหน้างานยุทธศาสตร์และแผน	สื่อประชาสัมพันธ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพ	6. เสนอเพื่อพิจารณาพิสูจน์อักษร	สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการอนุมัติจากหัวหน้างาน	หัวหน้างานยุทธศาสตร์และแผน
<ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริหาร - คณาจารย์ - บุคลากรสายสนับสนุน 	ข้อเสนอแนะจากผู้มีอำนาจอนุมัติหรือผู้รับบริการ	8. ปรับแก้ไขสื่อประชาสัมพันธ์ (กรณีมีข้อเสนอแนะ) สามารถแก้ไขได้ 3 ครั้ง (ภายใน 2 อาทิตย์)	สื่อประชาสัมพันธ์ฉบับปรับแก้ไข	หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร

<p>- ผู้บริหาร - คณาจารย์ - บุคลากรสายสนับสนุน</p>	<p>- สื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการอนุมัติ - ช่องทางเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ (Online/Offline)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Facebook ● Line Group ● Line OA ● Website ● จอ LED 	<p>9. เผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่กำหนด</p>	<p>สื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่แล้ว</p>	<p>หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร</p>
<p>- ผู้บริหาร - คณาจารย์ - บุคลากรสายสนับสนุน</p>	<p>แบบประเมินความพึงพอใจจากผู้ใช้บริการ</p>	<p>10. ติดตาม และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ</p>	<p>รายงานผลการดำเนินงานและความพึงพอใจ</p>	<p>หน่วยเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสารองค์กร</p>

- คำอธิบายเพิ่มเติม (ระบุว่าจุดไหนในแผนภาพที่เป็น “คอขวด” หรือปัญหาหลักที่เราจะจัดการ)

3. เป้าหมายที่มุ่งหวัง (Ambition & Objectives) ตั้งเป้าหมายที่วัดผลได้และท้าทายความสามารถ

- วัตถุประสงค์

1. เพื่อปรับปรุงกระบวนการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความรวดเร็ว ถูกต้อง และเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งองค์กร
2. เพื่อลดความซ้ำซ้อนของขั้นตอนการทำงาน ลดภาระงานเจ้าหน้าที่ และลดระยะเวลาการประสานงาน
3. เพื่อยกระดับคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับ CI Brand Guideline และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร
4. เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย

- ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

1. ลดระยะเวลาเฉลี่ยในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ **ลงไม่น้อยกว่า 30%**
2. ลดจำนวนการแก้ไขงานซ้ำ **ลงอย่างน้อย 50%**
3. ลดข้อผิดพลาดด้านข้อมูลและรูปแบบสื่อ **เหลือไม่เกิน 5%**
4. เพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ **ไม่น้อยกว่าระดับ 4.5**

4. แนวทางพัฒนากระบวนการงานด้วยความคิดสร้างสรรค์ (Creative Implementation)

- แนวคิดนอกกรอบ (Originality)

พัฒนากระบวนการงานจากรูปแบบ “การประสานงานแบบกระจาย” มาเป็น “ระบบศูนย์กลางการจัดการงานผลิตสื่อแบบดิจิทัล (One-Stop Service)” โดยใช้ Checklist Form ออนไลน์ + ระบบจัดลำดับความเร่งด่วน + Workflow มาตรฐาน ทำให้ทุกฝ่ายเห็นภาพงานตรงกัน ลดการสื่อสารซ้ำ และลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

- วิธีการดำเนินการ (Action Plan)

1. วิเคราะห์ปัญหา (Analyze)

- วิเคราะห์กระบวนการเดิม (As-is Process)
- ระบุจุดคอขวด เช่น ข้อมูลไม่ครบ การแก้ไขหลายรอบ การสื่อสารหลายช่องทาง

2. ออกแบบกระบวนการใหม่ (Design)

- ออกแบบ Checklist Form กลาง
- กำหนด Workflow และ SLA ที่ชัดเจน

- กำหนดเกณฑ์จัดลำดับความเร่งด่วน

3. ทดลองใช้ (Implement)

- นำระบบใหม่ทดลองใช้จริง
- เก็บข้อมูลเวลา ปัญหา และข้อเสนอแนะ

4. ปรับปรุงและพัฒนา (Improve)

- ปรับแบบฟอร์มและขั้นตอน
- สรุปเป็นแนวปฏิบัติมาตรฐาน (Standard Operating Procedure: SOP)

5. ผลลัพธ์และมูลค่าที่เกิดขึ้น (Impact & Value)

- ผลลัพธ์เชิงปริมาณ (Quantitative) (เทียบตัวเลข ก่อน และ หลัง ทำโครงการ)
- ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ (Qualitative) (ความง่าย ความสะดวก ของคนทำงาน หรือความพึงพอใจผู้รับบริการ)

1. ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้สะดวกขึ้น ลดงานซ้ำ
2. ผู้ขอรับบริการเข้าใจกระบวนการมากขึ้น ส่งข้อมูลงานได้ถูกต้องตั้งแต่ต้น
3. สื่อประชาสัมพันธ์มีคุณภาพสูงขึ้น และสะท้อนภาพลักษณ์องค์กรอย่างมืออาชีพ
4. การสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากขึ้น

- หลักฐานสนับสนุน [วางรูปภาพ/กราฟ/คำชม หรือเอกสารอ้างอิงที่แสดงว่าสำเร็จจริง]

6. การต่อยอดและขยายผล (Scalability & Sustainability)

- การนำไปใช้ต่อ กระบวนการนี้สามารถนำไปปรับใช้กับหน่วยงานอื่นในคณะ/นอกคณะได้อย่างไร?
สามารถขยายใช้กับหน่วยงานอื่นในคณะ เช่น

- งานสื่อสารองค์กร
- งานกิจกรรมและประชาสัมพันธ์
- งานบริการนักศึกษา

สามารถต่อยอดเป็น ระบบขอรับบริการกลาง (Service Request System) ของทั้งคณะ

- แนวทางการรักษามาตรฐาน จะทำอย่างไรให้กระบวนการใหม่นี้คงอยู่ได้อย่างยั่งยืน?

7. สรุปจุดเด่นนวัตกรรม (Innovation Signature)

ระบบบริหารจัดการงานผลิตสื่อประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร ที่ลดระยะเวลา ลดงานซ้ำ และยกระดับคุณภาพงานสื่อสารองค์กร **Faster, Smarter and Better Media Workflow**