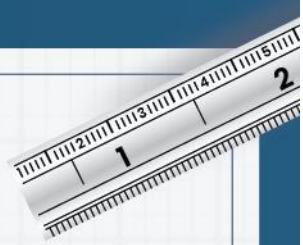




วิทยาลัยนวัตกรรม
สื่อสารสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



แผนกลยุทธ์

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 - 2572
(ฉบับทบทวนปีงบประมาณ พ.ศ. 2568)



วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





วิทยาลัยนวัตกรรม
สื่อสารสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แผนกลยุทธ์

(ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 - 2572)

ฉบับทบทวน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





แผนกลยุทธ์

(ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 - 2572)

ฉบับทบทวน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปรัชญา (Philosophy)

สื่อสาร สร้างสรรค์ ด้วยปัญญาธรรม

วิสัยทัศน์ (Vision)

เป็นองค์กรการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตที่บูรณาการศาสตร์ด้านนวัตกรรมสื่อสาร สื่อดิจิทัล การสร้างสรรค์ และการจัดการ ที่ตระหนักถึงคุณธรรมและสังคม

พันธกิจ (Missions)

1. ผลิตและพัฒนาคนด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสารร่วมสมัย
2. พัฒนางานวิจัย งานสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ด้านสื่อและการสื่อสาร
3. บริการวิชาการ ด้วยองค์ความรู้ของวิทยาลัยฯ สู่นักสังคม
4. ทำนุบำรุงวัฒนธรรมและศิลปะ ในมิติของวิทยาลัยฯ
5. พัฒนาระบบการบริหารจัดการภายใต้หลักธรรมาภิบาล

วัฒนธรรมองค์กร (Organizational culture)

“ทำงานเป็นทีมแบบมืออาชีพเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ”

ค่านิยมองค์กร (Core Value)

“COSCI²”

Collaborative	ทุกคนในองค์กรร่วมมือทำงานเป็นทีม
Organizational excellence	มุ่งเน้นประสิทธิภาพและมีการทำงานที่ยอดเยี่ยมทั้งกระบวนการ และผลงาน
Social Responsibility	มุ่งเน้นการรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ
Corporate Governance	ดำเนินงานอย่างมีธรรมาภิบาล
Innovation and Internationalization	มีนวัตกรรม และความเป็นสากล

สมรรถนะหลัก (Core Competency)

Smart Communication	รอบรู้การสื่อสาร
Teamwork	ทำงานเป็นทีม
On - Trend	ทันสมัย
Responsibility and Morality	มีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม
Media and Digital Literacy	รู้เท่าทันสื่อและดิจิทัล

แผนกลยุทธ์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 - 2572

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเป็นเลิศในการจัดการศึกษาด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสาร

เป้าประสงค์ 1 หลักสูตร เป็นที่ยอมรับระดับชาติและนานาชาติ

เป้าประสงค์ 2 บุคลากรสายวิชาการมีความเป็นเลิศในการจัดการเรียนการสอน

เป้าประสงค์ 3 พัฒนาบัณฑิตให้มีคุณลักษณะ New Generation Global Citizen และความเป็นนานาชาติ

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้เกิดงานวิจัย งานสร้างสรรค์และนวัตกรรม

เป้าประสงค์ 1 เผยแพร่ผลงานในระดับชาติและนานาชาติ

เป้าประสงค์ 2 พัฒนางานสร้างสรรค์/นวัตกรรม

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการบริการวิชาการเพื่อสังคม

เป้าประสงค์ 1 สร้างโครงการบริการวิชาการเพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG)

เป้าประสงค์ 2 เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสารแก่สังคม

ประเด็นกลยุทธ์ที่ 4 มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงภายใต้หลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ 1 เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง

เป้าประสงค์ 2 บริหารจัดการองค์กรภายใต้หลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ 3 องค์กรมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับ

แผนกลยุทธ์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 - 2572

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
ประเด็นกลยุทธ์ที่ 1 (S1) : สร้างความเป็นเลิศในการจัดการศึกษาด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสาร								
O1: หลักสูตรเป็นที่ยอมรับระดับชาติและนานาชาติ	T1: กำกับหลักสูตรให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน	I1: หลักสูตรได้รับการรับรองมาตรฐานโดย AUN-QA	- International Accreditation 1 หลักสูตร (ศศ.บ. ภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล) - SWU AUN-QA 4 หลักสูตร	- International Accreditation 2 หลักสูตร (ศศ.บ. นวัตกรรม การสื่อสาร และ ศศ.บ. ภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล)	- International Accreditation 3 หลักสูตร (ศศ.บ. นวัตกรรม การสื่อสาร และสื่อดิจิทัล และศศ.บ. นวัตกรรม สื่อสาร สังคม)	- International Accreditation 3 หลักสูตร (ศศ.บ. นวัตกรรม การสื่อสาร และสื่อดิจิทัล และศศ.บ. นวัตกรรม สื่อสาร สังคม)	- International Accreditation 3 หลักสูตร (ศศ.บ. นวัตกรรม การสื่อสาร และสื่อดิจิทัล และศศ.บ. นวัตกรรม สื่อสาร สังคม)	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการ และวิจัย - รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
		T2: เพิ่มจำนวนนิสิตต่างชาติ	I1: การมีนิสิต และชาวต่างชาติ ที่เข้ามา แลกเปลี่ยน/อบรม/วิจัย	มี	มี	20	30	40
	I2: จำนวนนิสิตที่เข้ามาเรียนเต็มหลักสูตร	จำนวน 30 คน	จำนวน 35 คน	จำนวน 40 คน	จำนวน 40 คน	จำนวน 40 คน	- คณบดี - รองคณบดีฝ่ายบริหาร - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร	

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลยุทธ์ (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
	T3: พัฒนา/ ปรับปรุงหลักสูตร ร่วมกับองค์กร ภายนอก	I1: มีองค์กรภายนอก เข้ามามีส่วนร่วมใน การพัฒนาหลักสูตร และนิสิต	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	ทุกหลักสูตร	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและ วิจัย - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
O2: บุคลากร สายวิชาการ มีความเป็นเลิศ ในการ จัดการ เรียนการสอน	T1: ผลักดันให้ บุคลากรสาย วิชาการได้รับการ รับรองมาตรฐาน วิชาชีพ	I1: จำนวนอาจารย์ ที่ได้รับการรับรอง สมรรถนะวิชาชีพ อาจารย์	ร้อยละ 60	ร้อยละ 70	ร้อยละ 80	ร้อยละ 90	ร้อยละ 100	- คณบดี - รองคณบดีฝ่ายบริหาร
		I2: จำนวนหลักสูตรที่ มีอาจารย์ผู้รับผิดชอบ หลักสูตรได้รับการ รับรองสมรรถนะ วิชาชีพอาจารย์	1 คน	3 คน	4 คน	5 คน	6 คน	- คณบดี - รองคณบดีฝ่ายบริหาร
	T2: ส่งเสริมให้ อาจารย์ได้รับ ตำแหน่งวิชาการที่ สูงขึ้น	I1: จำนวนอาจารย์ ที่ยื่นขอตำแหน่ง วิชาการต่อปี	ไม่น้อยกว่า 3 คน : ปี	ไม่น้อยกว่า 3 คน : ปี	ไม่น้อยกว่า 3 คน : ปี	ไม่น้อยกว่า 3 คน : ปี	ไม่น้อยกว่า 3 คน : ปี	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
	T3: ส่งเสริมให้ อาจารย์พัฒนา ทักษะทางการ เรียนการสอนและ ด้านวิชาการ	I1: ร้อยละของ อาจารย์ที่ได้รับการ อบรมด้านการเรียน การสอน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและ วิจัย

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลยุทธ์ (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
		I2: ร้อยละของ อาจารย์ที่ได้รับการ อบรมด้าน ความรู้ใน สาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	ร้อยละ 80	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
O3: พัฒนา บัณฑิตให้มี คุณลักษณะ New Generation Global Citizen และความเป็น นานาชาติ	T1: ส่งเสริมและ พัฒนานิสิตให้มี แนวคิดและทัศนคติ ที่ดีมีทักษะในการ เรียนรู้และศิลปะ การดำรงชีวิต	I1: จำนวนกิจกรรมที่ สอดคล้อง Loves SWU และ 7 Spirits	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิต - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการและ กิจการพิเศษ
		I2: อัตราการได้งาน ทำหลังจากจบ การศึกษาภายใน 1 ปี	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและ วิจัย - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลยุทธ์ (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
		I3: จำนวนกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนา นิสิต 1) ด้านการใช้ภาษา 2) ด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น 3) การวิเคราะห์และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ 4) ด้านการใช้เทคโนโลยี 5) ด้านการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม	อย่างน้อย 1 โครงการต่อต้าน	อย่างน้อย 1 โครงการต่อต้าน	อย่างน้อย 1 โครงการต่อต้าน	อย่างน้อย 1 โครงการต่อต้าน	อย่างน้อย 1 โครงการต่อต้าน	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิต - หัวหน้าศูนย์นวัตกรรมและ วิทยบริการ
	T2: ส่งเสริมให้นิสิตมีประสบการณ์ในการทำงานจริง และต่างประเทศ	I1: จำนวนกิจกรรมพัฒนานิสิตที่ฝึกประสบการณ์การทำงาน (กิจกรรมต่อปีงบประมาณ)	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและ วิจัย - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือข่าย องค์กร - ประธานหลักสูตรทุกหลักสูตร

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลยุทธ์ (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
		I2: จำนวนกิจกรรม นิสิตที่เกิดจากความ ร่วมมือของหลักสูตร ของวิทยาลัยฯ กับ ต่างประเทศ (กิจกรรมต่อ ปีงบประมาณ)	ไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 3 กิจกรรม	- คณบดี - ประธานหลักสูตรทุกหลักสูตร
		I3: จำนวนกิจกรรม นิสิตที่เกิดจากความ ร่วมมือของหลักสูตร ของวิทยาลัยฯ กับ ภาคเอกชน/องค์กร ภายนอก (กิจกรรม ต่อปีงบประมาณต่อ หลักสูตร)	ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 5 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิต - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือขาย องค์กรฯ - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิตและศิษย์เก่า สัมพันธ์
	T3: ส่งเสริมให้นิสิต สร้าง สรรค์ผลงาน ด้านสื่อและ นวัตกรรมสื่อสาร เพื่อ ขับเคลื่อน สังคม	I1: จำนวนนิสิตที่ ได้รับรางวัลจาก หน่วยงานระดับชาติ และนานาชาติ	ไม่น้อยกว่า 30 คน	ไม่น้อยกว่า 50 คน	ไม่น้อยกว่า 60 คน	ไม่น้อยกว่า 70 คน	ไม่น้อยกว่า 80 คน	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิต - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิตและศิษย์เก่า สัมพันธ์ - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
		I2: จำนวนนวัตกรรม ที่สร้างสรรค์	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 150 ชิ้นงาน	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือขาย องค์กรฯ - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
		I3: จำนวนงานผลงานวิจัยของนิสิตที่ได้รับ การเผยแพร่ (ต่อปี ปฏิทิน)	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	- ประธานหลักสูตร ระดับ บัณฑิตศึกษา
	T4: พัฒนาสิ่ง สนับสนุน การเรียนรู้ของนิสิต	I1: ร้อยละของ งบประมาณ ในแต่ละปี	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 25 ของงบประมาณ ทั้งหมด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 25 ของงบประมาณ ทั้งหมด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 25 ของงบประมาณ ทั้งหมด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 25 ของงบประมาณ ทั้งหมด	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 25 ของงบประมาณ ทั้งหมด	- รองคณบดีฝ่ายแผนและ พัฒนาคุณภาพ
ประเด็นกลยุทธ์ที่ 2 (S2) : ส่งเสริมให้เกิดงานวิจัย งานสร้างสรรค์และนวัตกรรม								
O1: เผยแพร่ ผลงานใน ระดับชาติและ นานาชาติ	T1: สร้างระบบและ กลไกเพื่อส่งเสริมให้ เกิดการตีพิมพ์ ผลงานวิจัย	I1: จำนวน โครงการวิจัย ที่วิทยาลัยให้ทุนฯ (ต่อปี งบประมาณ)	30 โครงการ	30 โครงการ	30 โครงการ	30 โครงการ	30 โครงการ	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและ วิจัย
		I2: จำนวน ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ ในวารสารระดับชาติ และนานาชาติ (ต่อปี ปฏิทิน)	ไม่น้อยกว่า 10 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 20 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 25 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 30 เรื่อง	ไม่น้อยกว่า 35 เรื่อง	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและ วิจัย
		I3: ร้อยละของ อาจารย์ ที่เข้าร่วม กิจกรรมพัฒนาทักษะ ทางการวิจัย (ต่อ ปีงบประมาณ)	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและ วิจัย

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
		I4: จำนวนผลงานวิจัย ที่ตีพิมพ์ในวารสาร ระดับนานาชาติบน ฐานข้อมูล บรรณานุกรมวารสาร ทางวิชาการ SCOPUS	3 ชิ้นงาน	4 ชิ้นงาน	5 ชิ้นงาน	6 ชิ้นงาน	7 ชิ้นงาน	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและ วิจัย
		I5: จำนวนบทความ ตีพิมพ์บนฐานข้อมูล บรรณานุกรม วารสารวิชาการ SCOPUS ที่สนับสนุน หรือสอดคล้องกับ เป้าหมายการพัฒนา อย่างยั่งยืน (SDGs)	-	1 ชิ้นงาน	1 ชิ้นงาน	1 ชิ้นงาน	1 ชิ้นงาน	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการ วิชาการฯ
O2: พัฒนางาน สร้างสรรค์/ นวัตกรรม	T1: ผลักดันให้เกิด ชิ้นงาน สร้างสรรค์/ นวัตกรรม ที่ได้รับ การจดแจ้งลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรหรืออนุ สิทธิบัตร	I1: จำนวนชิ้นงาน สร้างสรรค์/นวัตกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน	ไม่น้อยกว่า 10 ชิ้นงาน	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิตและศิษย์เก่า สัมพันธ์

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
ประเด็นกลยุทธ์ที่ 3 (S3) : ส่งเสริมการบริการวิชาการเพื่อสังคม								
O1: สร้าง โครงการบริการ วิชาการเพื่อ ตอบสนองต่อ ยุทธศาสตร์ชาติ และเป้าหมาย การพัฒนาที่ ยั่งยืน (SDG)	T1: สร้างงานบริการ วิชาการ ที่สอดคล้อง กับความต้องการของ ชุมชนเป้าหมาย	I1: จำนวนกิจกรรมที่ ลงพื้นที่ให้กับชุมชน	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการ วิชาการฯ
		I2: การเผยแพร่ ความรู้ ผ่าน SWU Media (ออนไลน์)	ไม่น้อยกว่า 12 คอนเทนต์	ไม่น้อยกว่า 12 คอนเทนต์	ไม่น้อยกว่า 12 คอนเทนต์	ไม่น้อยกว่า 12 คอนเทนต์	ไม่น้อยกว่า 12 คอนเทนต์	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการ วิชาการฯ - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนาสื่อฯ
		I3: จำนวนกิจกรรม/ โครงการบริการเพื่อ สังคมที่สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ชาติ ที่ สอดคล้องกับการ พัฒนาที่ยั่งยืน (SDG) ที่ประสบความสำเร็จ อย่างเป็นรูปธรรม	1 โครงการ	1 โครงการ	1 โครงการ	1 โครงการ	1 โครงการ	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบริการ วิชาการฯ - รองคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิต

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
	T2: เป็นที่ปรึกษาหน่วยงานภาครัฐในด้านการจัดทำสื่อนวัตกรรมและงานวิชาการ	I1: จำนวนโครงการที่วิทยาลัยฯ เป็นที่ปรึกษาหน่วยงานภาครัฐในด้านการจัดทำสื่อนวัตกรรมและงานวิชาการ จำนวนโครงการต่อปีงบประมาณ	ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 2 โครงการ	- หัวหน้าศูนย์นวัตกรรมและวิทยบริการ
	T3: สร้างโครงการบริการวิชาการเพื่อพัฒนาศักยภาพคนเพื่อเข้าสู่ Life-Long Learning	I1: จำนวนโครงการ Up Skill-Re Skill	ไม่น้อยกว่า 5 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 3 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 3 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 3 โครงการ	ไม่น้อยกว่า 3 โครงการ	- หัวหน้าศูนย์นวัตกรรมและวิทยบริการ
		I2: จำนวนหลักสูตรระยะสั้น	1 หลักสูตร	1 หลักสูตร	1 หลักสูตร	1 หลักสูตร	1 หลักสูตร	- รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - หัวหน้าศูนย์นวัตกรรมและวิทยบริการ
O2: เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านสื่อนวัตกรรมและนวัตกรรมการสื่อสารแก่สังคม	T1: จัดประชุมนานาชาติ และ/หรือเทศกาลสื่อนวัตกรรมระดับนานาชาติ/ SWU INNOVATION DAY	I1: จำนวนการประชุม นานาชาติ และ/หรือเทศกาลสื่อนวัตกรรมระดับนานาชาติ/ INNOVATION DAY	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	- คณบดี - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเครือข่ายองค์กร

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
	T2: พัฒนาวารสารวิชาการเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้	I1: พัฒนาวารสารวิชาการให้อยู่ในฐานข้อมูลระดับประเทศ (TCI) ภายในปี 2570	ดำเนินการ	ดำเนินการ	วารสารวิชาการ นวัตกรรมสื่อสารสังคมอยู่ในฐานข้อมูล TCI 1	วารสารวิชาการ นวัตกรรมสื่อสารสังคมอยู่ในฐานข้อมูล TCI 1	วารสารวิชาการ นวัตกรรมสื่อสารสังคมอยู่ในฐานข้อมูล TCI 1	- คณบดี - รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย - ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี
ประเด็นกลยุทธ์ที่ 4 (S4) : มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูงภายใต้หลักธรรมาภิบาล								
O1: เป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง	T1: พัฒนาระบบสารสนเทศในการบริหารจัดการเพื่อช่วยในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	I1: จำนวนระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ	ไม่น้อยกว่า 2 ระบบ	ไม่น้อยกว่า 2 ระบบ	ไม่น้อยกว่า 2 ระบบ	ไม่น้อยกว่า 2 ระบบ	ไม่น้อยกว่า 2 ระบบ	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายเทคโนโลยีฯ
	T2: พัฒนาบุคลากรในสายงาน เพื่อยกระดับทักษะและความสามารถสู่ความเป็นเลิศด้านวิชาการและความชำนาญในสายงาน	I1: ร้อยละของบุคลากรสายปฏิบัติการที่ได้รับการอบรมพัฒนาในสายงาน	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	- ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี
	T3: สร้างความผูกพันและความสุขในองค์กร	I1: ร้อยละของบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการองค์กร	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลวิธี (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
		I2: จำนวนกิจกรรมเสริมสร้างความสุขและความผูกพันในการทำงาน	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 2 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
		I3: อัตราการลาออกของบุคลากร	ไม่เกิน ร้อยละ 10	ไม่เกิน ร้อยละ 10	ไม่เกิน ร้อยละ 10	ไม่เกิน ร้อยละ 10	ไม่เกิน ร้อยละ 10	- รองคณบดีฝ่ายบริหาร
	T4: รักษาเสถียรภาพทางการเงิน	I1: สัดส่วนของรายรับต่อค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	1.7 : 1	1.7 : 1	1.7 : 1	1.7 : 1	1.7 : 1	- รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ
O2: บริหารจัดการองค์กรภายใต้หลักธรรมาภิบาล	T1: สร้างและปรับปรุงระบบบริหารจัดการภายใต้หลักธรรมาภิบาล	I1: การบริหารจัดการภายใต้ระบบธรรมาภิบาล	10 ข้อ	10 ข้อ	10 ข้อ	10 ข้อ	10 ข้อ	- รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ
		I2 การดำเนินการด้านคุณธรรมและความโปร่งใสของวิทยาลัยตามเกณฑ์ปพช.	ดำเนินการตามเกณฑ์มหาวิทยาลัย	ดำเนินการตามเกณฑ์มหาวิทยาลัย	ดำเนินการตามเกณฑ์มหาวิทยาลัย	ดำเนินการตามเกณฑ์มหาวิทยาลัย	ดำเนินการตามเกณฑ์มหาวิทยาลัย	- รองคณบดีฝ่ายแผนและพัฒนาคุณภาพ
O3: องค์กรมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับ	T1: สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัยฯ ต่อนักเรียนและบุคคลภายนอก	I1: จำนวนกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ของวิทยาลัย	ไม่น้อยกว่า 30 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 30 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 30 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 30 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 30 กิจกรรม	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนาสื่อฯ

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลยุทธ์ (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
		I2: มีช่องทางการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์	ไม่น้อยกว่า 5 ช่องทาง และ ไม่น้อยกว่า 500 โพสต์ต่อปี	ไม่น้อยกว่า 5 ช่องทาง และ ไม่น้อยกว่า 500 โพสต์ต่อปี	ไม่น้อยกว่า 5 ช่องทาง และ ไม่น้อยกว่า 500 โพสต์ต่อปี	ไม่น้อยกว่า 5 ช่องทาง และ ไม่น้อยกว่า 500 โพสต์ต่อปี	ไม่น้อยกว่า 5 ช่องทาง และ ไม่น้อยกว่า 500 โพสต์ต่อปี	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนาสื่อฯ
		I3: ร้อยละจำนวนของนิสิตที่ได้รับทุนการศึกษาเปรียบเทียบกับจำนวนนิสิตที่ขอรับทุน	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75	ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิต
	T2: สร้างภาพลักษณ์ผ่านความผูกพันของศิษย์เก่า	I1: จำนวนกิจกรรมของวิทยาลัยฯ ที่ศิษย์เก่ามีส่วนร่วม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 10 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	ไม่น้อยกว่า 12 กิจกรรม	- รองคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิต - ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิตและศิษย์เก่า สัมพันธ์ - ประธานหลักสูตร ทุกหลักสูตร
		I2: จำนวนศิษย์เก่าที่เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพทางวิชาการ และวิชาชีพ	ไม่น้อยกว่า 150 คน	ไม่น้อยกว่า 150 คน	ไม่น้อยกว่า 150 คน	ไม่น้อยกว่า 150 คน	ไม่น้อยกว่า 150 คน	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิตและศิษย์เก่า สัมพันธ์

เป้าประสงค์ (Objectives)	กลยุทธ์ (Tactic Plans)	ตัวชี้วัด (KPIs)	ค่าเป้าหมาย (Targets)					ผู้รับผิดชอบตัวชี้วัด
			2568	2569	2570	2571	2572	
		13: จำนวนศิษย์เก่าที่มีส่วนร่วมในการพัฒนานิสิตปัจจุบันในด้านการเงิน วิชาการ และสิ่งสนับสนุนทางการศึกษา	ไม่น้อยกว่า 30 คน	ไม่น้อยกว่า 30 คน	ไม่น้อยกว่า 30 คน	ไม่น้อยกว่า 30 คน	ไม่น้อยกว่า 30 คน	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิตและศิษย์เก่า สัมพันธ์
		14: จำนวนศิษย์เก่าที่ได้รับรางวัล/การประกาศเชิดชูเกียรติในระดับชาติ/นานาชาติ	ไม่น้อยกว่า 5 คน	ไม่น้อยกว่า 5 คน	ไม่น้อยกว่า 5 คน	ไม่น้อยกว่า 5 คน	ไม่น้อยกว่า 5 คน	- ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิตและศิษย์เก่า สัมพันธ์

แผนที่ยุทธศาสตร์วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

แผนที่ยุทธศาสตร์ COSCI

วิสัยทัศน์ : เป็นองค์กรการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตที่บูรณาการศาสตร์ด้านนวัตกรรมสื่อสาร สื่อดิจิทัล การสร้างสรรค์ และการจัดการ ที่ระหนักถึงคุณธรรมและสังคม



การวิเคราะห์ PESTEL ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

PESTEL ANALYSIS



การวิเคราะห์ TREND ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

TREND ANALYSIS

Megatrends ที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบต่อวิทยาลัยฯ
และแนวทางการดำเนินกลยุทธ์



Digital Transformation

Digital Transformation

- ผลกระทบ: การเรียนรู้และอุตสาหกรรมสื่อเปลี่ยน
- แนวทาง: พัฒนาทักษะดิจิทัล ใช้ AI/VR/AR



Changing Learner

Changing Learner

- ผลกระทบ: ต้องการยืดหยุ่น เรียนรู้ตลอดชีวิต
- แนวทาง: Hybrid, Micro-credential, Personalized



Creator Economy

Creator Economy

- ผลกระทบ: อาชีพและช่องทางสื่อใหม่
- แนวทาง: เสริมทักษะครีเอเตอร์ สร้างเครือข่าย



Sustainability

Sustainability

- ผลกระทบ: องค์กรต้องรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น
- แนวทาง: บูรณาการ SDGs



Globalization

Globalization

- ผลกระทบ: แข่งขันสูง โอกาสนานาชาติ
- แนวทาง: ร่วมมือต่างประเทศ หลักรัฐนนานาชาติ



Demographic Shift

Demographic Shift

- ผลกระทบ: ผู้เรียนลด แข่งขันสูง
- แนวทาง: กลุ่มใหม่ + Upskill/Reskill

การวิเคราะห์ VRIO ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

VRIO ANALYSIS

ทรัพยากร/ความสามารถ	V (Value) คุณค่า	R (Rarity) หายาก	I (Inimitability) เลียนแบบยาก	O (Organization) การจัดการองค์กร	ผลสรุป (VRIO)	แนวทางเสริมสร้างศักยภาพ
หลักสูตรด้านสื่อและนวัตกรรมสื่อสารที่มุ่งสู่มาตรฐานสากล (AUN-QA/International)	●	●	●	●	ผลงานวิจัย งานสร้างสรรค์ และนวัตกรรม	รักษามาตรฐานคุณภาพยกระดับหลักสูตรร่วมกับต่างประเทศ และตอบโจทย์อุตสาหกรรม
บุคลากรอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญและมีศักยภาพ	●	●	●	●	ความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืน	พัฒนาสมรรถนะต่อเนื่อง สนับสนุนตำแหน่งวิชาการ/งานวิจัย และระบบแรงจูงใจ
เครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภายนอกและนานาชาติ	●	●	●	●	ความได้เปรียบเชิงแข่งขันอย่างยั่งยืน	ขยายความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ สร้างโครงการ/วิจัยร่วม และโอกาสให้คืน
ผลงานวิจัย งานสร้างสรรค์ และนวัตกรรม	●	ปานกลาง	ปานกลาง	●	ความได้เปรียบเชิงแข่งขันชั่วคราว	เพิ่มจำนวน/คุณภาพงานวิจัยระดับนานาชาติ สร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์สังคมและเชิงพาณิชย์
ระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ	●	ปานกลาง	ปานกลาง	●	ความได้เปรียบเชิงแข่งขันชั่วคราว	ลงทุนระบบดิจิทัลแบบบูรณาการ ใช้ข้อมูลเชิงลึก (Data-driven) และยกระดับ Smart Organization
ภาพลักษณ์และแบรนด์ของวิทยาลัย	●	ปานกลาง	เลียนแบบค่อนข้างยาก	●	ความได้เปรียบเชิงแข่งขันชั่วคราว	สื่อสารจุดเด่น สร้างเรื่องเล่า (Storytelling) และคอนเทนต์ที่สะท้อนเอกลักษณ์อย่างต่อเนื่อง

● = ใช้/มีศักยภาพ

ปานกลาง = มีบางส่วน/ต้องพัฒนา

--- = ไม่มี/ไม่เพียงพอ

เป้าหมาย

ใช้จุดแข็งภายในและโอกาสภายนอก สร้างคุณค่าที่แตกต่างอย่างยั่งยืน เพื่อผลิตบัณฑิตและนวัตกรรมสื่อสารที่สร้างผลลัพธ์ต่อสังคมและประเทศชาติ

การวิเคราะห์ Impact – Effort Matrix ของวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม

Impact-Effort Matrix

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (แผนกกลยุทธ์ 2568-2572)



แนวทางการใช้ Matrix

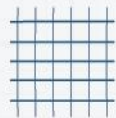
มุ่งเน้นดำเนินการในช่องที่ 1 และ 2 เพื่อสร้างผลกระทบสูงสุดต่อเป้าหมายองค์กร หรือละเลิกงานในช่องที่ 4 และจัดลำดับความสำคัญของงานในช่องที่ 3 ให้เหมาะสม



วิทยาลัยนวัตกรรมการ
สื่อสารสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แผนกลยุทธ์

วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 - 2572
(ฉบับทบทวนปีงบประมาณ พ.ศ. 2568)



วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

