



แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

คณะสารสนเทศและการสื่อสาร

(ฉบับปรับปรุงเดือนพฤษภาคม)

ผ่านความเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการประจำคณะฯ ครั้งที่ 5/2569

เมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2569

สารบัญ

	หน้า
ปรัชญา วิสัยทัศน์	1
พันธกิจ วัตถุประสงค์	3
ค่านิยมหลัก	4
วัฒนธรรมองค์กร สมรรถนะหลัก บทบาทเชิงกลยุทธ์ เอกลักษณ์คณะ อัตลักษณ์นักศึกษาคณะ	5
การวิเคราะห์สภาพการณ์ SWOT Analysis คณะสารสนเทศและการสื่อสาร	8
ความสอดคล้องของประเด็นยุทธศาสตร์	11
ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์ของหน่วยงาน	15
แผนปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569	
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชิงรุกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านเกษตรสุขภาวะในระดับนานาชาติ (Proactive Strategy toward Inter IWA)	20
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การขับเคลื่อนผลการดำเนินงานตามพันธกิจหลัก (Driving Mission–Driven Performance)	22
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การขับเคลื่อนความเป็นนานาชาติ (Fostering Internationalization)	30
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การขับเคลื่อนสู่การเป็นมหาวิทยาลัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology Development and Innovation University)	32
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การบริหารจัดการและการเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินอย่างยั่งยืน (Financial Stability and Sustainable Growth)	33
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาตามยุทธศาสตร์ / อัตลักษณ์ / ภารกิจเฉพาะของส่วนงาน	37
สรุปรายละเอียดตามประเด็นยุทธศาสตร์	40
ปฏิทินการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติราชการประจำปี 2569	41

ปรัชญา

“พัฒนาศาสตร์และองค์ความรู้ เพื่อผลิตบัณฑิตผู้มีคุณธรรม จริยธรรม และความเป็นเลิศด้านสื่อ สารสนเทศ นวัตกรรม และดิจิทัลอันเป็นรากฐานสู่การพัฒนาการเกษตรเพื่อชุมชนสังคม และประเทศอย่างยั่งยืน”

วิสัยทัศน์

“องค์กรที่ส่งมอบคุณค่าด้านการสื่อสารดิจิทัลเพื่อยกระดับสังคม”

Leading Digital Communication Faculty bring values to society

[High Value InC]

กำหนดเป้าหมายของวิสัยทัศน์และการวัดความสำเร็จ

Vkpi 1. บัณฑิตสื่อสารดิจิทัล : บัณฑิตมีรายได้ 25,000 บาท ในปีแรกหลังจบการศึกษา (ปี 2572)
Vkpi 2. ระดับผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมในภาพรวม (Societal Impact Index) ที่เกิดจากการส่งมอบนวัตกรรมและการบริการ (ปี 2572)
Vkpi 3. จำนวนผลงานที่มีการตีพิมพ์ผลงานวิชาการในฐานข้อมูล Scopus หรือ TCI มีระดับที่สูงขึ้น (ปี 2572)

พันธกิจ

M1 : ผลิตบัณฑิตนักสื่อสารดิจิทัลที่มีทักษะแห่งอนาคต มีคุณภาพและศักยภาพสูง สร้างสรรค์ สู้งาน และเชี่ยวชาญสื่อดิจิทัล

M2 : พัฒนางานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ด้านสื่อสารดิจิทัล เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านชุมชน สังคมและเศรษฐกิจ

M3 : บริการวิชาการด้านสื่อสารดิจิทัลเพื่อพัฒนาเกษตรสุภาพะ ชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ

M4 : การบริหารจัดการองค์กร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้คณะสามารถผลิตบัณฑิตที่เป็นคนดี คนเก่ง
2. เพื่อให้คณะมีผลงานวิจัยที่มีคุณภาพและเป็นประโยชน์ต่อสังคม
3. เพื่อให้คณะสามารถบริการวิชาการและชี้นำแนวทางต่อการพัฒนาสังคม
4. เพื่อให้คณะมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม อนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
5. เพื่อให้คณะมีระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

ค่านิยมหลัก

Core Values: InC



I : Integration

บูรณาการสร้างคุณค่า

N: Novelty

สร้างนวัตกรรม

C: Customer

ใส่ใจผู้รับบริการ

ค่านิยม (Core Value)	
I: Integration – บูรณาการสร้างคุณค่า	เชื่อมโยงคน ความรู้ ข้อมูล เทคโนโลยี ทรัพยากรและหน่วยงานที่หลากหลายให้ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่มีคุณค่าเพื่อสังคม
N: Novelty – สร้างนวัตกรรม	แสวงหาสิ่งใหม่ หาแนวทางใหม่และเปิดรับทางเลือกที่หลากหลาย กล้าคิดต่าง เปิดรับวิธีการใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ทุกความเป็นไปได้
C: Customer – ใส่ใจผู้รับบริการ	เข้าใจความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสังคม ตอบสนองอย่างรวดเร็วและเหมาะสม พร้อมพัฒนาผลงานและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อคุณค่าที่ยั่งยืน

วัฒนธรรมองค์กร (Culture)

ทีมแข็งแกร่ง ทีมเต็มที่ปรับตัวได้ดี

"One Team, Full Commitment, Adapt well"

สมรรถนะหลัก (Core Competencies)

CC1: การบูรณาการความรู้และงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ สื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นวัตกรรม เทคโนโลยี และการพัฒนาผู้ประกอบการ
CC2: บูรณาการความรู้และความเชี่ยวชาญ ด้านการบริการวิชาการที่มุ่งแก้ไขปัญหาด้วยการสื่อสารดิจิทัล

บริบทเชิงกลยุทธ์

วิสัยทัศน์

“องค์กรที่ส่งมอบคุณค่าด้านการสื่อสารดิจิทัลเพื่อยกระดับสังคม”

Leading Digital Communication Faculty bring values to society

[High Value InC]

Strategic Challenges (SC) ความท้าทายเชิงกลยุทธ์	Strategic Advantages (SA) ความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์
SC1: การยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรด้าน เทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูง พร้อมเสริมศักยภาพการวิจัยและนวัตกรรมที่สร้างผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสังคม SC2: การสร้างการรับรู้และความโดดเด่นของแบรนด์คณะด้านการสื่อสารดิจิทัล ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายใต้มหาวิทยาลัยแม่โจ้ SC3: การจัดการศึกษาให้มีสิ่งสนับสนุนที่ทันสมัยและมีแหล่งฝึกงานที่สามารถส่งเสริมศักยภาพที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมสื่อของนักศึกษา SC4: การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของหลักสูตร ท่ามกลางการแข่งขันจากหลักสูตรที่คล้ายกันและแนวโน้มจำนวนนักศึกษาเข้าสู่อุดมศึกษาที่ลดลง	SA1: ระบบสนับสนุนการเรียนการสอนและห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยในภาคเหนือ (Premium Lab Digital Films, Advance Broadcasts Studio, กล้อง Red) SA2: ความเชี่ยวชาญของบุคลากรด้านสื่อสารดิจิทัลในปัจจุบัน (Digital Marketing Content, Storytelling, 2D,3D) SA3: หลักสูตรที่มีการปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการเรียนการสอนที่ทันสมัย (AI, XR, Immersive Media, Color Grading) ตามความต้องการทักษะแห่งอนาคตและเน้นการเรียนรู้ SA4: มีอาจารย์ที่มีศักยภาพในการขอทุนภายนอกขนาดใหญ่ ในโครงการที่มีผลกระทบสูง (ด้านภาพยนตร์ดิจิทัล และสื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ) SA5: มีเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐ เอกชน และท้องถิ่นในระดับชาติและนานาชาติ (TikTok, Meta, ค่ายหนังฟิล์มเฮ้าส์)

Strategic threat (ST) โอกาสคุกคาม	Strategic opportunity (SO) โอกาสเชิงกลยุทธ์
ST1: การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ST2: การแข่งขันในตลาดการศึกษาสูงคู่แข่งมีชื่อเสียงมากกว่า ST3: สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (PM 2.5)	SO1: การออกแบบการเรียนการสอนร่วมกับภาคอุตสาหกรรมสื่อในพัฒนาทักษะสื่อสารดิจิทัลขั้นสูงของนักศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน SO2: การออกแบบหลักสูตรระยะสั้นเพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มการต้องการในการปรับเปลี่ยนอาชีพและการ Upskills ของคนวัยทำงานที่สนใจด้านสื่อสารดิจิทัลและการหาอาชีพเสริม SO3: การสร้างบริการวิชาการและโมเดลธุรกิจใหม่เพื่อตอบสนองต่อแพลตฟอร์มภาพยนตร์ออนไลน์ที่มีแนวโน้มในการเติบโตและเปิดรับภาพยนตร์ดิจิทัลจากหลากหลายประเทศ

เอกลักษณ์คณะ

เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้านดิจิทัล มัลติมีเดีย การสื่อสาร การสร้างสรรค์และการสื่อสารการตลาดดิจิทัล

หมายถึง : เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการ และวัฒนธรรมองค์กรที่ทันสมัย มีการบูรณาการศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ของ และใช้ทักษะของศตวรรษที่ 21 ในการดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โปร่งใส ตรวจสอบได้ อันจะเกิดประโยชน์ต่อสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

ทักษะศตวรรษที่ 21

1. ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม
2. ทักษะสารสนเทศ สื่อ เทคโนโลยี
3. ทักษะชีวิตและอาชีพ

อัตลักษณ์นักศึกษาคณะ

อดทน สู้งาน สร้างสรรค์ เชี่ยวชาญด้านสื่อดิจิทัล

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

คณะสารสนเทศและการสื่อสาร

สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment)

จุดแข็ง (strength)

1. คณาจารย์มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและมีทักษะด้านสื่อดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับการพัฒนานักสื่อสารดิจิทัลที่มีทักษะแห่งอนาคต
2. คณะมีอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย สามารถสนับสนุนการเรียนการสอนเชิงปฏิบัติและงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. นักศึกษามีความสามารถที่หลากหลาย และมีองค์การนักศึกษาที่เข้มแข็งและมีบทบาทในระดับมหาวิทยาลัย
4. หลักสูตรมีความทันสมัยและแบ่งออกเป็น 2 วิชาเอก ซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาความรู้และทักษะเชิงลึกของนักศึกษา
5. คณาจารย์และบุคลากรได้รับทุนวิจัยและทุนบริการวิชาการอย่างต่อเนื่อง อันเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อการสร้างชื่อเสียงและเครือข่ายทางวิชาการ
6. คณะตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงด้านการเกษตร ทำให้สามารถบูรณาการองค์ความรู้ด้านสื่อดิจิทัลกับการเกษตรได้อย่างโดดเด่น

จุดอ่อน Weakness

1. จำนวนบุคลากรสายวิชาการยังไม่เพียงพอ
2. ผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์มีจำนวนจำกัด ส่งผลต่อการจัดอันดับและภาพลักษณ์ทางวิชาการของคณะ
3. การสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของคณะยังไม่ชัดเจนเพียงพอในระดับมหาวิทยาลัยและสังคมภายนอก
4. ห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ และอุปกรณ์การเรียนการสอนมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักศึกษาส่งผลต่อคุณภาพของประสบการณ์การเรียนรู้
5. บุคลากรบางส่วนยังต้องได้รับการพัฒนาทักษะในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment)

โอกาส Opportunities

1. นโยบายของรัฐบาลและมหาวิทยาลัยมุ่งส่งเสริมการพัฒนาด้านดิจิทัลและทักษะแห่งอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจและเป้าหมายของคณะ
2. ความต้องการบุคลากรด้านการสื่อสารดิจิทัลในภาคธุรกิจและสังคมมีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้บัณฑิตมีโอกาสในการมีงานทำที่มั่นคงและหลากหลาย
3. มีแนวโน้มที่จะสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ การฝึกสหกิจ การวิจัย และการบริการวิชาการ
4. คณะมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางสื่อดิจิทัลที่ทันสมัยที่สุดในภูมิภาค เช่น การใช้เทคโนโลยี Motion Capture และ AR/VR
5. กระแสการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) และเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) กำลังขยายตัวและเป็นที่ต้องการของสังคม

อุปสรรค Threats

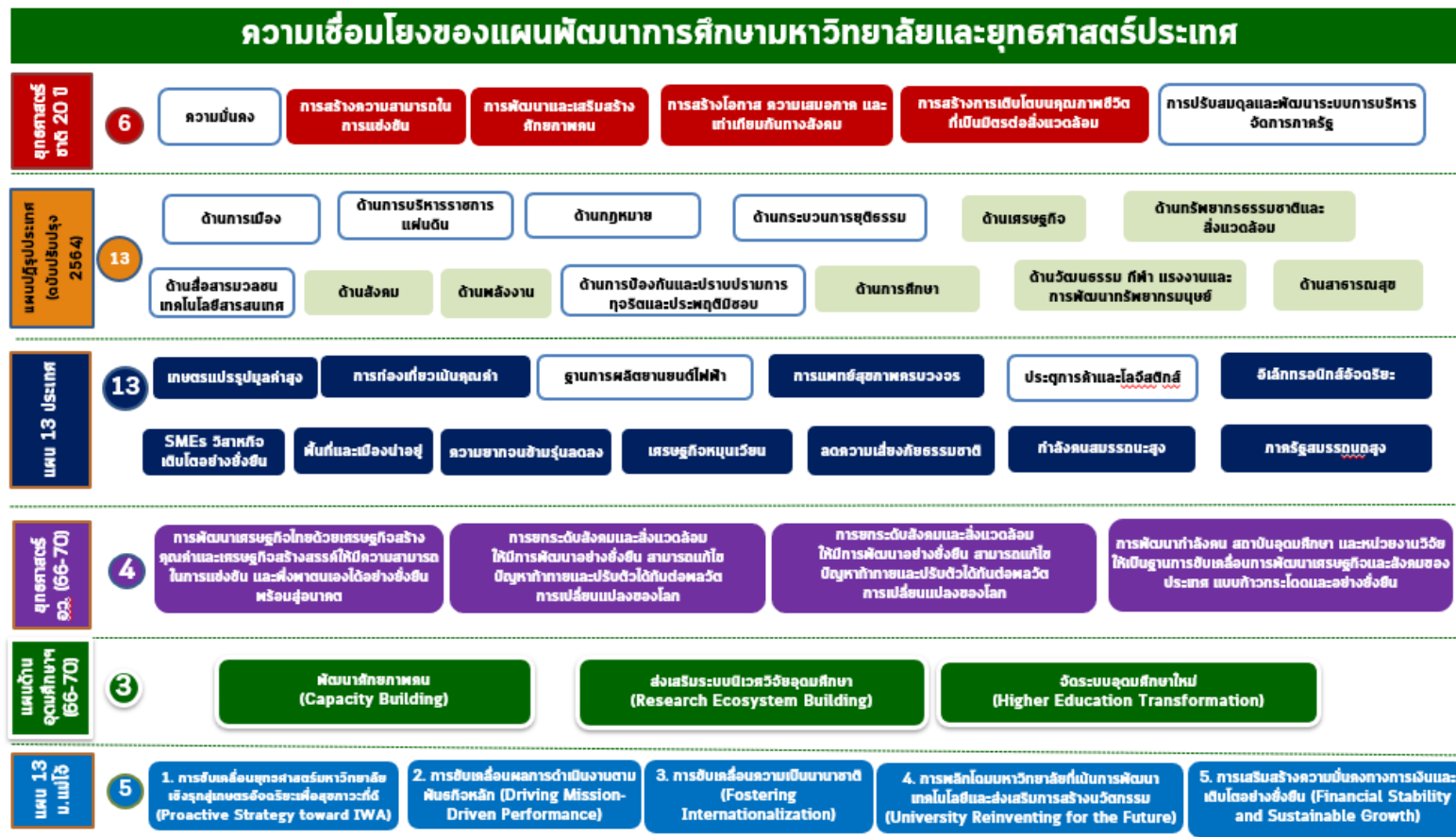
1. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้หลักสูตรและบุคลากรอาจปรับตัวไม่ทันต่อความเปลี่ยนแปลง
2. การแข่งขันจากสถาบันการศึกษาอื่นที่เปิดหลักสูตรใกล้เคียงกันอาจกระทบต่อการดึงดูดนักศึกษา
3. พฤติกรรมและทัศนคติของนักศึกษาบางส่วนอาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อภาพลักษณ์ของคณะ
4. การใช้สื่อดิจิทัลอย่างไม่เหมาะสมอาจสร้างความเสี่ยงทั้งในเชิงวิชาการและสังคม
5. นโยบายระดับชาติและมหาวิทยาลัย แม้จะมีส่วนสนับสนุน แต่ก็สร้างแรงกดดันให้คณะต้องพัฒนาอย่างเร่งด่วนและต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน – ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength) S1 มีระบบสนับสนุนการเรียนการสอนและห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยในระดับแนวหน้าของภาคเหนือ (Premium Lab Digital Films, Advance Broadcasts Studio, กล้อง Red) S2 มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญตรงตามสายงานสื่อสารดิจิทัลในปัจจุบัน (Digital Marketing Content, Storytelling, 2D, 3D) S3 หลักสูตรมีการปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการเรียนการสอนที่ตอบโจทย์ทักษะแห่งอนาคต (AI, XR, Immersive Media, Color Grading) S4 คณาจารย์มีศักยภาพในการขอกทุนวิจัยภายนอกขนาดใหญ่ที่สร้างผลกระทบสูง โดยเฉพาะด้านภาพยนตร์ดิจิทัลและสื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ S5 มีเครือข่ายพันธมิตรที่เข้มแข็งทั้งภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น และระดับนานาชาติ (TikTok, Meta, ค่ายวอนฟิล์มเฮ้าส์)	จุดอ่อน Weakness W1 บุคลากรยังต้องได้รับการยกระดับความสามารถด้านเทคโนโลยี AI ขั้นสูง เพื่อเพิ่มศักยภาพการวิจัยที่สร้างผลกระทบต่อดูอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ W2 แปรนัยด้านการสื่อสารดิจิทัลยังขาดความโดดเด่นและการรับรู้ที่ชัดเจนในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายใต้รั้วของมหาวิทยาลัย W3 ยังมีความต้องการในการขยายหรือจัดหาแหล่งฝึกงานและสิ่งสนับสนุนที่ทันสมัย สอดคล้องกับมาตรฐานอุตสาหกรรมสื่ออย่างแท้จริง W4 หลักสูตรต้องเผชิญกับแรงกดดันจากการที่มีหลักสูตรคู่แข่งที่คล้ายคลึงกัน ในขณะที่แนวโน้มจำนวนนักศึกษาเข้าสู่อุดมศึกษาลดลง
โอกาส Opportunities O1 สามารถร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมสื่อในการออกแบบการเรียนการสอน เพื่อผลิตบัณฑิตที่มีทักษะสื่อสารดิจิทัลขั้นสูงตอบโจทย์ตลาดแรงงาน O2 มีโอกาสสร้างรายได้และขยายฐานผู้เรียนผ่านการออกแบบหลักสูตรระยะสั้น สำหรับคนวัยทำงานที่ต้องการเปลี่ยนอาชีพหรือหาอาชีพเสริมด้านสื่อสารดิจิทัล O3 ตลาดภาพยนตร์ออนไลน์และแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งที่เติบโต เปิดโอกาสให้คณะสามารถสร้างบริการวิชาการหรือโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ที่รองรับอุตสาหกรรมได้	กลยุทธ์เชิงรุก SO (S1, S5 + O1): ผนึกกำลังเครือข่ายพันธมิตรระดับโลก (TikTok, Meta) และใช้ Premium Lab เป็นฐานในการร่วมออกแบบการเรียนการสอนกับภาคอุตสาหกรรม ผลิตบัณฑิตทักษะสูงเข้าสู่ตลาดแรงงาน (S2, S3 + O2): นำความเชี่ยวชาญของบุคลากรและหลักสูตรที่ทันสมัย (AI, XR, Digital Marketing) มาต่อยอดเป็นหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเจาะกลุ่มคนวัยทำงาน สร้างแหล่งรายได้ใหม่และขยายฐานผู้เรียน (S4 + O3): ใช้ศักยภาพของคณาจารย์ในการดึงดูดทุนภายนอก เพื่อสร้างโมเดลธุรกิจและบริการวิชาการด้านภาพยนตร์ดิจิทัล ป้อนเข้าสู่แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งที่กำลังเติบโต	กลยุทธ์เชิงแก้ไข WO (W3 + O1): อาศัยความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมในการจัดหาและพัฒนาแหล่งฝึกงานที่ทันสมัย ให้นักศึกษาได้สัมผัสการทำงานจริงตามมาตรฐานอุตสาหกรรม (W2, W4 + O2): แก้ปัญหาจำนวนนักศึกษา ป.ตรี ลดลงและเสริมสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก ด้วยการรุกตลาดหลักสูตรระยะสั้นที่ตอบโจทย์คนวัยทำงานอย่างเป็นรูปธรรม (W1 + O1, O3): อาศัยเครือข่ายและการทำโปรเจกต์ร่วมกับแพลตฟอร์มหรืออุตสาหกรรมสื่อ เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถด้าน AI ขั้นสูงให้กับบุคลากรของคณะ
อุปสรรค Threats T1 การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้คณะต้องใช้ทรัพยากรสูงในการปรับตัวและอัปเดตความรู้ให้ทันทั่วทั้งที่ T2 การแข่งขันในตลาดอุดมศึกษามีความรุนแรง โดยเฉพาะจากสถาบันคู่แข่งที่มีชื่อเสียงหรือมีฐานความเชื่อมั่นที่แข็งแกร่งกว่า T3 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม (เช่น วิกฤตฝุ่น PM 2.5) เป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้และอาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเข้าศึกษาหรือคุณภาพชีวิตของบุคลากร และนักศึกษา	กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST (S1, S5 + T2): ความโดดเด่นด้านโครงสร้างพื้นฐานระดับแนวหน้าของภาคเหนือและเครือข่ายระดับนานาชาติ เป็นจุดขายหลักในการดึงดูดนักศึกษาเพื่อแข่งขันกับสถาบันที่มีชื่อเสียงกว่า (S2, S3 + T1): ใช้ความพร้อมของหลักสูตรที่ปรับปรุงใหม่และบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เป็นรากฐานสำคัญในการปรับตัวรับมือกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (S1 + T3): ใช้ประโยชน์จากระบบสนับสนุนและเทคโนโลยีของคณะ เพื่อยกระดับการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์หรือ Hybrid ที่มีประสิทธิภาพ ในช่วงที่เกิดวิกฤตสิ่งแวดล้อม (PM 2.5)	กลยุทธ์เชิงรับ WT (W2, W4 + T2): เร่งสร้างความโดดเด่นเฉพาะทาง (Niche Positioning) ด้านสื่อดิจิทัลหรือภาพยนตร์ดิจิทัลอย่างชัดเจน เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันโดยตรงกับคู่แข่งรายใหญ่ในตลาด (W1 + T1): จัดตั้งโครงการพัฒนาทักษะทางเทคโนโลยี (Upskill/Reskill) ภายในองค์กรอย่างเร่งด่วน เพื่อป้องกันความล้าหลัง (W3 + T3): วางแผนร่วมกับเครือข่ายในการจัดเตรียมแหล่งฝึกงานหรือพื้นที่ปฏิบัติงาน (Co-working space) ที่มีระบบป้องกันฝุ่น PM 2.5 เพื่อรักษาคุณภาพชีวิตของบุคลากรและนักศึกษา

ความสอดคล้องของประเด็นยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาการศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ ระยะที่ 13 (พ.ศ.2565-2569)

ความสอดคล้องของประเด็นยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติฉบับที่ 12 และแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี





ทิศทางเป้าหมาย การพัฒนามหาวิทยาลัย



นโยบายสภามหาวิทยาลัย

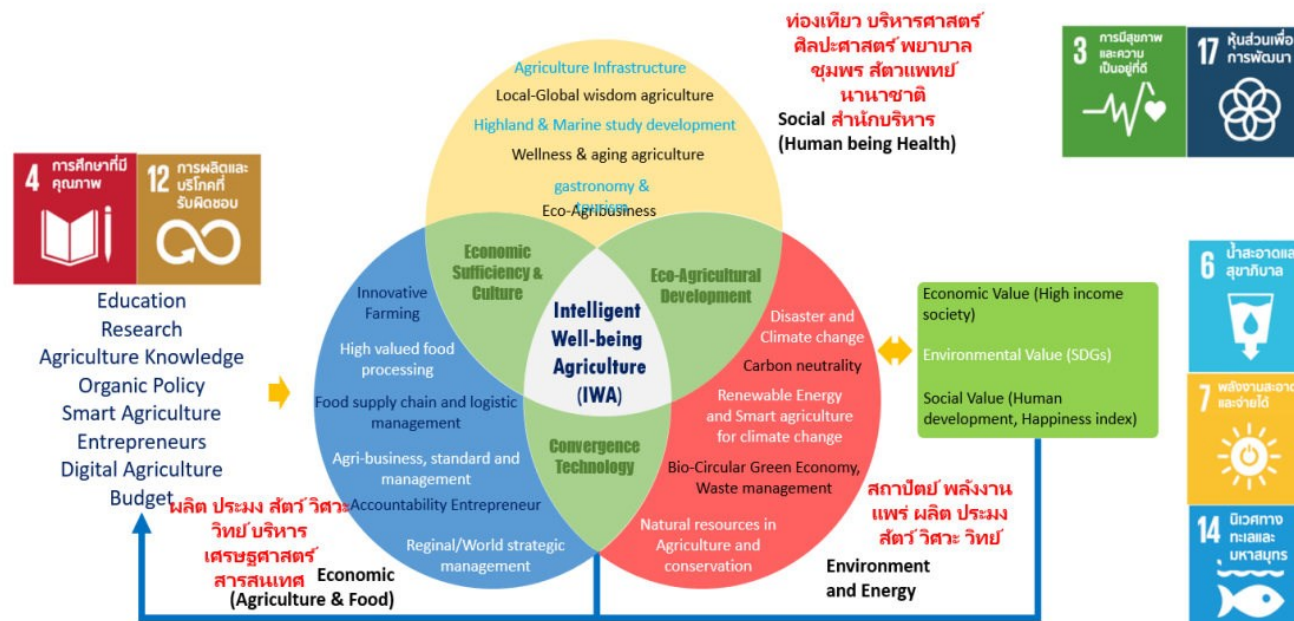
1. นโยบายด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับ
2. นโยบายด้านทรัพย์สิน การเงิน และการลงทุน
3. นโยบายด้านการพัฒนา เทคโนโลยี นวัตกรรม และองค์ความรู้
4. นโยบายด้านคุณภาพ มาตรฐานการศึกษา
5. นโยบายด้านบุคลากร
6. นโยบายด้านการสื่อสาร องค์กร
7. นโยบายด้านโครงสร้าง
8. นโยบายด้านดิจิทัล
9. นโยบายการกำกับ ติดตามแบบบูรณาการ

การกำหนดเรื่องหรือศาสตร์ด้านการเกษตรหลักที่เป็นจุดเน้นในการพัฒนาของมหาวิทยาลัย ได้แก่

Intelligent Well-being Agriculture (IWA) Flagship

ทิศทางการกิจ พื้นฐาน

- เป็นกรอบในการปฏิรูปวิชาการ หลักสูตรแบบข้ามศาสตร์และบูรณาการ
- ตอบความเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำทาง การเกษตรระดับนานาชาติ
- ตอบความเป็นเกษตรอัจฉริยะ
- ตอบความต้องการของ ตลาดแรงงาน S Curve และ New S Curve



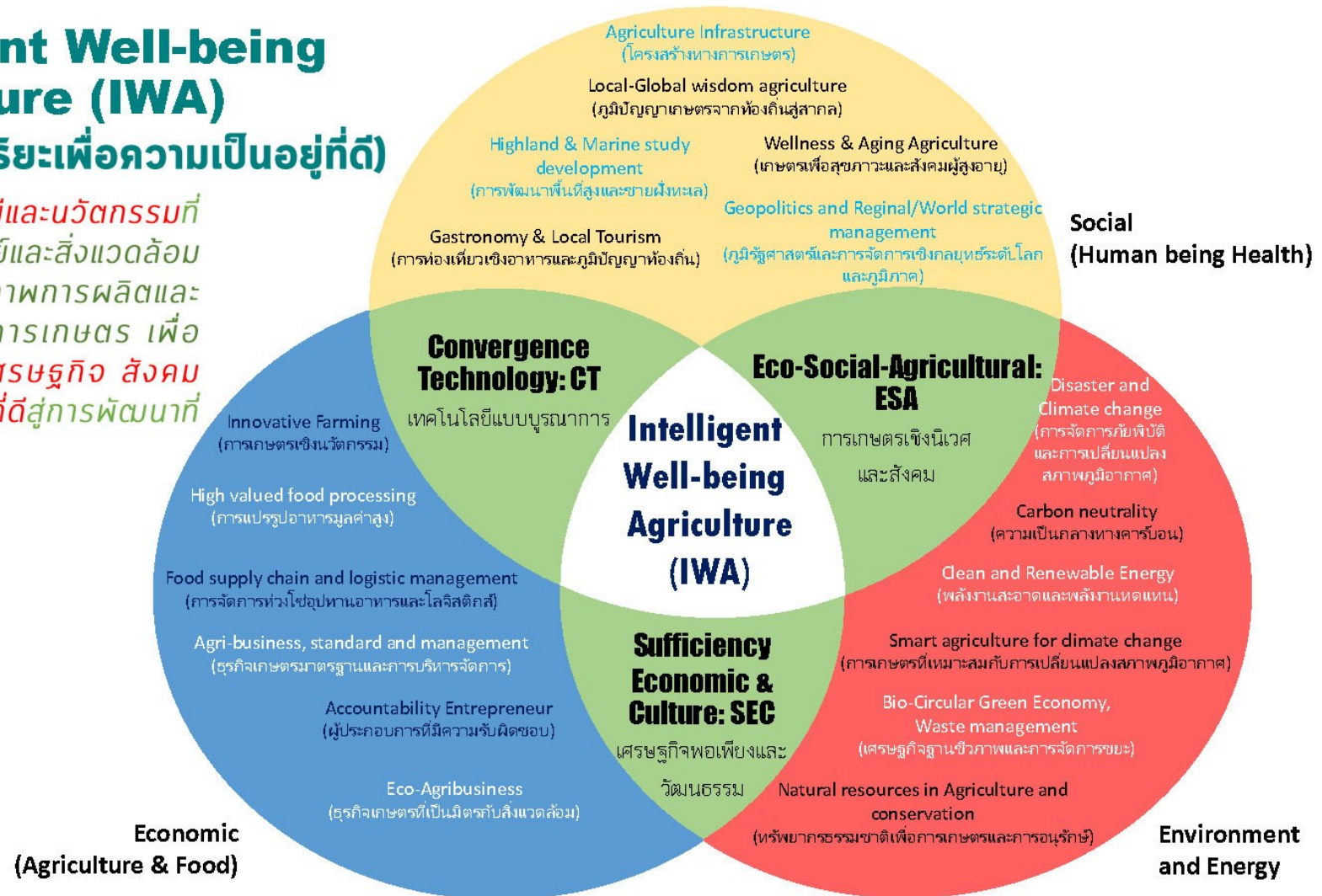
ทิศทางการกิจเชิง ยุทธศาสตร์

- ตอบเทคโนโลยี และนวัตกรรมกลุ่ม 2 Technology Flagship (center of excellence)
- แก้ปัญหาและสร้างโอกาสในการพัฒนาให้กับสังคมชุมชน
- นำไปสู่การพัฒนา Start up , ทรัพย์สินทางปัญญา และผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร Agripreneur

Intelligent Well-being Agriculture (IWA)

(เกษตรอัจฉริยะเพื่อความยั่งยืน)

“การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นมิตรกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อมในการเพิ่มศักยภาพการผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ดีสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน”



ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และกลยุทธ์คณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
1 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชิงรุกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านเกษตรสุภาพในระดับนานาชาติ (Proactive Strategy toward Inter IWA)	1.1 สนับสนุนการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยแม่โจ้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านการเกษตรสุภาพในระดับนานาชาติ	1.1.1 ร่วมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชิงรุกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านเกษตรสุภาพในระดับนานาชาติ (Proactive Strategy toward Inter IWA)
		1.1.2 ผลักดันอันดับ Scimago ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ด้วยบทบาทด้านการสื่อสารนวัตกรรม วิจัย และผลกระทบสังคม
		1.1.3 ผลักดันการสื่อสารเชิงรณรงค์ในประเด็น SDG
		1.1.4 ความสำเร็จในการสนับสนุนมหาวิทยาลัยในการขับเคลื่อนนโยบาย Green U และ Green Office
		1.1.5 ผลักดันความสำเร็จในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล
		1.1.6 ผลักดันความสำเร็จในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
2 การขับเคลื่อนผลการดำเนินงานตามพันธกิจหลัก (Driving Mission-Driven Performance)	1) ด้านการเรียนการสอน 2.1 ยกระดับการเรียนการสอนสู่ความเป็นเลิศด้านการสื่อสารดิจิทัลแห่งอนาคต	2.1.1 ผลิตบัณฑิตนักสื่อสารดิจิทัลที่มีคุณภาพ มีทักษะแห่งอนาคต และตอบโจทย์อุตสาหกรรม
		2.1.2 พัฒนาหลักสูตรและแผนการสอนให้สอดคล้องกับตลาดงานดิจิทัลและมาตรฐานคุณภาพการศึกษา
	2) พัฒนานักศึกษา 2.2 การพัฒนานักศึกษาที่มีทักษะแห่งอนาคต เปี่ยมคุณภาพ และศักยภาพสูง สร้างสรรค์ สู้งาน และเชี่ยวชาญสื่อดิจิทัล	2.2.1 พัฒนาอาจารย์และนักศึกษาให้มีประสบการณ์ด้านการสื่อสารดิจิทัลในระดับชาติและนานาชาติ
		2.2.2 พัฒนาหลักสูตรและแผนการสอนให้สอดคล้องกับตลาดงานดิจิทัลและมาตรฐานคุณภาพการศึกษา พัฒนาทักษะแห่งอนาคต (Future Skills) ให้แก่นักศึกษาอย่างรอบด้าน และพัฒนาคุณลักษณะเชิงคุณภาพของนักศึกษา
	3) ด้านการวิจัยและนวัตกรรม 2.3 ผลิตผลงานวิจัยและนวัตกรรมสื่อที่มีผลกระทบต่อชุมชนสังคม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์	2.3.1 ขับเคลื่อนงานวิจัยและสร้างสรรค์สื่อสู่ระดับนานาชาติ
		2.3.2 ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัยสื่อสร้างสรรค์ ผลงานทางวิชาการระดับชาติและนานาชาติ
	4) ด้านการให้บริการวิชาการ 2.4 ใช้พลังสื่อสารดิจิทัลสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน	2.4.1 ส่งเสริมบริการวิชาการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
	5) ด้านการทํานุบำรุงศิลปวัฒนธรรม 2.5 สืบสานและต่อยอดวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยพลังสื่อดิจิทัล	2.5.1 ทํานุบำรุงศิลปวัฒนธรรมผ่านสื่อสร้างสรรค์ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดทำแผนที่บูรณาการการเรียนการสอน งานวิจัย ร่วมกับการทํานุบำรุงศิลปวัฒนธรรมหรือวัฒนธรรมทางการเกษตร ตามยุทธศาสตร์ IWA
3 การขับเคลื่อนความเป็นนานาชาติ (Fostering Internationalization)	3.1 ยกระดับความเป็นนานาชาติของคณะทั้งในด้านการเรียนการสอน และวิจัย	3.1.1 ขยายความร่วมมือระดับนานาชาติ
		3.1.2 ส่งเสริมและพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ
		3.1.3 พัฒนาศักยภาพบุคลากรและเครือข่ายความร่วมมือระดับนานาชาติในด้านสื่อดิจิทัล
4 การขับเคลื่อนสู่การเป็นมหาวิทยาลัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology Development and Innovation University)	4.1 สร้างอัตลักษณ์คณะด้านการสื่อสารดิจิทัลเพื่อชุมชนและอนาคต	4.1.1 พัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้นเพื่อกลุ่มเกษตรกรผู้ประกอบการ และเยาวชน
		4.1.2 สร้างพื้นที่ความร่วมมือกับชุมชนเพื่อพัฒนาสื่อท้องถิ่น
5 การบริหารจัดการและการเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินอย่างยั่งยืน (Financial Stability and Sustainable Growth)	5.1 ความสำเร็จในการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้ารับการประเมินองค์กรสู่ความเป็นเลิศ (EdPEX)	5.1.1 พัฒนาและบริหารจัดการองค์กรเพื่อเข้ารับการประเมินองค์กรสู่ความเป็นเลิศ

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
		5.1.2 ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรกล้าคิดใหม่ กล้าลงมือทำปรับตัวได้ ทำงานเป็นทีม สื่อสารด้วยความจริงใจและความดีและความเข้าใจ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจที่ดีต่อสังคม
		5.1.3 ส่งเสริมให้มีการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของคณะให้สอดคล้องกับเป้าหมายและยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย
	5.2 มีความมั่นคงทางงบประมาณและทรัพยากรอย่างยั่งยืน	5.2.1 สร้างความมั่นคงทางการเงิน ด้วยการบริหารงบประมาณและการแสวงหารายได้จากแหล่งอื่นๆ
		5.2.2 ส่งเสริมการประหยัดพลังงานทุกรูปแบบ
6 การพัฒนาตามยุทธศาสตร์ / อัตลักษณ์ / การกิจเฉพาะของสวนงาน	6.1 เป็นผู้นำในการสร้างนักสื่อสารดิจิทัล ที่มีทักษะแห่งอนาคต เพื่อผลักดัน เปลี่ยนแปลง พัฒนาชุมชน สังคม และ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระดับชาติ และระดับนานาชาติอย่างยั่งยืน	6.1.1 สร้างบทบาทการเป็นผู้นำด้านการสื่อสารดิจิทัลและขับเคลื่อนพลเมืองดิจิทัลในระดับประเทศ
		6.1.2 พัฒนาหลักสูตรอบรมระยะสั้นด้านสื่อดิจิทัลให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายหลากหลาย
		6.1.3 พัฒนานักศึกษาที่มีทักษะแห่งอนาคตเปี่ยมคุณภาพและศักยภาพสูง สร้างสรรค์ สู้งาน และเชี่ยวชาญสื่อดิจิทัล

ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	กลยุทธ์
		6.1.4 อัดลัษณผู้นำนการสร้งนัถ ลื่อสารดิจิทัลที่มีทักษะ แห่งอนาคต เพื่อผลักดัน เปลี่ยนแปลง พัฒนาชุมชน สังคม และ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระดับชาติ และระดับนานาชาติ อย่างยั่งยืน
		6.1.5 ผลักดันให้การบริหารงบประมาณแผ่นดินงบลงทุนตาม มาตรการเร่งรัดการเบิกจ่ายให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชิงรุกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านเกษตรสุภาพในระดับนานาชาติ (Proactive Strategy toward Inter IWA)

ยุทธศาสตร์คณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชิงรุกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านเกษตรสุภาพในระดับนานาชาติ (Proactive Strategy toward Inter IWA)

เป้าประสงค์ 1.1 สนับสนุนการขับเคลื่อนมหาวิทยาลัยแม่โจ้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านการเกษตรสุภาพในระดับนานาชาติ

ผู้บริหารที่รับผิดชอบ : คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ตัวชี้วัดหลัก : ความสำเร็จของแผนไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมายปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบกำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบหลัก/รอง	หมายเหตุ
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
เป้าประสงค์ 1.1 ผลการจัดอันดับ World University Ranking (WUR)	1.1 ผลการจัดอันดับ World University Ranking (WUR)	อันดับที่ 1,501-1,800 ของโลก	1.1.1 ร่วมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชิงรุกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านเกษตรสุภาพในระดับนานาชาติ (Proactive Strategy toward Inter IWA)	1 ร่วมขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชิงรุกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้านเกษตรสุภาพในระดับนานาชาติ (Proactive Strategy toward Inter IWA)				คณบดี/รองคณบดีฝ่ายวิชาการ/รองคณบดีฝ่ายวิจัย/รองคณบดีฝ่ายบริหาร/ผอ.สำนักงาน/หน.งานบริการการศึกษา/หน.งานบริการวิชาการ/หน.งานนโยบาย/หน.งานคลัง/หน.งานบริหารฯ		ต.ค.68-ก.ย.69
	1.2 ผลการจัดอันดับ SCIMAGO	อันดับ 12	1.1.2 ผลักดันอันดับ Scimago ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ด้วยบทบาทด้านการสื่อสารนวัตกรรม วิจัย และผลกระทบสังคม	2 ร่วมขับเคลื่อนผลักดันอันดับ Scimago ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ด้วยบทบาทด้านการสื่อสารนวัตกรรม วิจัย และผลกระทบสังคม				คณบดี/รองคณบดีฝ่ายวิชาการ/รองคณบดีฝ่ายวิจัย/รองคณบดีฝ่ายบริหาร/ผอ.สำนักงาน	งานบริการการศึกษา/งานบริการวิชาการ/งานนโยบาย/งานคลัง/งานบริหารฯ	

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบกำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
	1.3 ความสำเร็จในการร่วม สนับสนุนและขับเคลื่อน การดำเนินงานเพื่อเข้า รับการจัดอันดับ SDGs	ระดับ 3	1.1.3 ผลักดันการสื่อสารเชิง รณรงค์ในประเด็น SDG	3 โครงการขับเคลื่อน SDG ด้วย ดิจิทัลแพลตฟอร์ม		20,000		รองคณบดีฝ่ายบริหาร ฯ/ผศ.พิริยะ กาญจนคง คา	สมพร เกตุตะคุ / สุรชาติ สิริช่วงโชติ	พ.ศ. – ม.ย. 69
	1.4 ความสำเร็จในการ สนับสนุนมหาวิทยาลัย ในการขับเคลื่อน นโยบาย Green U และ Green Office)	ระดับ 4	1.1.4 ความสำเร็จในการ สนับสนุนมหาวิทยาลัยใน การขับเคลื่อนนโยบาย Green U และ Green Office	4 โครงการสำนักงานสีเขียว (Green Office)		40,000		ผอ.สำนักงานคณบดี	สมพร เกตุตะคุ/ ทศพร ทองบ่อ	ม.ค. – ก.ย. 69
	1.5 ความสำเร็จในการ ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล	ร้อยละ 80	1.1.5 ผลักดันความสำเร็จใน การขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์ด้าน เทคโนโลยีดิจิทัล	5 เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการใน การพัฒนา MJU Dashboard				คณบดี/รองคณบดีฝ่าย บริหารฯ		ต.ค.68–ก.ย.69
	1.6 ความสำเร็จในการ พัฒนานักศึกษาสู่การ เป็นผู้มีสุขภาวะที่ดี	ร้อยละ 80	1.1.6 ผลักดันความสำเร็จใน การขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์การพัฒนา นักศึกษาสู่การเป็นผู้มีสุข ภาวะที่ดี	6 โครงการพัฒนานักศึกษาสู่การ เป็นผู้มีสุขภาวะที่ดี		45,000		รองคณบดีฝ่ายวิชาการฯ	อ.พาขวัญ นา คุณทรง/นพพร สุ นะ	ม.ย.– ส.ค.69
				7 โครงการพัฒนาศักยภาพ และเสริมสร้างความสัมพันธ์				รองคณบดีฝ่ายวิชาการฯ	ดร.วัฒนาพงษ์ ใหม่เพย	บูรณาการ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านพัฒนา นักศึกษา เบิกจ่าย ยุทธศาสตร์ที่2 งบ พัฒนานักศึกษา จำนวน 82,840 บาท
					0	105,000	0			

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การขับเคลื่อนผลการดำเนินงานตามพันธกิจหลัก (Driving Mission–Driven Performance)

ยุทธศาสตร์คณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การขับเคลื่อนผลการดำเนินงานตามพันธกิจหลัก (Driving Mission–Driven Performance)

1) ด้านการเรียนการสอน

เป้าประสงค์ : 2.1 ยกระดับการเรียนการสอนสู่ความเป็นเลิศด้านการสื่อสารดิจิทัลแห่งอนาคต

2) ด้านพัฒนานักศึกษา

เป้าประสงค์ : 2.2 การพัฒนานักศึกษาที่มีทักษะแห่งอนาคต เปี่ยมคุณภาพและศักยภาพสูง สร้างสรรค์ สิ่งงาน และเชี่ยวชาญสื่อดิจิทัล

3) ด้านการวิจัยและนวัตกรรม

เป้าประสงค์ : 2.3 ผลิตรายงานวิจัยและนวัตกรรมสื่อที่มีผลกระทบต่อชุมชน สังคม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4) ด้านการให้บริการวิชาการ

เป้าประสงค์ : 2.4 ใช้พลังสื่อสารดิจิทัลสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

5) ด้านการทํานุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

เป้าประสงค์ : 2.5 สืบสานและต่อยอดวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วยพลังสื่อดิจิทัล

ผู้บริหารที่รับผิดชอบ : คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ตัวชี้วัดหลัก : ความสำเร็จของแผนไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ กำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ	
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น				
1) ด้านการเรียนการสอน											
เป้าประสงค์ : 2.1 ยกระดับการเรียนการ สอนสู่ความเป็นเลิศ ด้านการสื่อสารดิจิทัล แห่งอนาคต	2.1 จำนวนนักศึกษาใหม่ ระดับปริญญาตรี	298 คน	2.1.1 ผลิตรายชิตนักรสื่อสาร ดิจิทัลที่มีคุณภาพ มีทักษะ แห่งอนาคต และตอบโจทย์ อุตสาหกรรม	1	โครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการเข้าศึกษา ต่อคณะสารสนเทศและการ สื่อสาร		100,000		รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	อ.วิชาญ โคตรฐิติ ธรรม/นพพร สุนะ	ต.ค. 68-ก.ค. 69

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ กำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
	2.2 ร้อยละของผู้สำเร็จ การศึกษาภายใน ระยะเวลาของ หลักสูตร	ร้อยละ 82		2 โครงการปฐมนิเทศ นักศึกษาปีการศึกษา 2569		90,000		รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	สมพร เกตุตะคุ	พ.ค. – ก.ค. 69
				3 โครงการปัจฉิมนิเทศ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 4 คณะสารสนเทศและการ สื่อสารประจำปีการศึกษา 2568		50,000		รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	ดร.วัฒนาพงษ์ ใหม่เพย	ก.พ.–พ.ค. 69
				4 โครงการเตรียมความ พร้อมบัณฑิตการสื่อสาร ดิจิทัลเพื่อเข้ารับ พระราชทานปริญญาบัตร ประจำปี 2569		60,000		รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	ดร.วัฒนาพงษ์ ใหม่เพย	ม.ค.–มี.ค. 69
				5 HomeRoom		-		รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	งานหลักสูตร/ งานบริการ การศึกษาฯ	
				6 โครงการสหกิจศึกษา ประจำปีงบประมาณ 2569		250,000		รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	ปธ.สหกิจ/นพพร สุนะ	ต.ค. 68–ก.ย. 69 (กิจกรรมย่อย อ. ดร.มันทนา/ผศ. ดร.นภาพร/ผศ. ดร.ภาณุวิทย์/อ. วิษณุ/อ.ดร.สุจิตรา)
	2.3 ร้อยละของบัณฑิตที่มี งานทำหรือประกอบ อาชีพอิสระภายใน 1 ปี	ร้อยละ 78								

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม		งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ กำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
						แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
	2.4 ความพึงพอใจผู้ใช้บัณฑิต	ร้อยละ 80		7	การกำกับติดตามการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต (งานสารสนเทศเพื่อการวางแผนและยุทธศาสตร์)				หน่วยประกันคุณภาพ/งานบริการการศึกษา		
	2.5 รายได้เริ่มต้นเฉลี่ยต่อเดือนของบัณฑิตระดับปริญญาตรี	17,000 บาท		8	การกำกับติดตามการสำรวจภาวะการมีงานทำของบัณฑิต (งานสารสนเทศเพื่อการวางแผนและยุทธศาสตร์)				หน่วยประกันคุณภาพ/งานบริการการศึกษา		
	2.6 ค่าฐานนิยม (Mode) ผลการประเมินระดับหลักสูตร	ค่าเฉลี่ย 3	2.1.2 พัฒนาหลักสูตรและแผนการสอนให้สอดคล้องกับตลาดงานดิจิทัลและมาตรฐานคุณภาพการศึกษา	9	โครงการตรวจประเมินการประกันคุณภาพตามเกณฑ์ AUN-QA		20,000		รองคณบดีฝ่ายวิชาการ/ผอ.สำนักงาน/หน.งานนโยบายฯ	พัชรียา ชาญสุวรรณ	พ.ค.-ส.ค. 69
	2.7 จำนวนรายวิชาเรียนรู้อตลอดชีวิต	4 รายวิชา		10	การพัฒนาจัดทำรายวิชาศึกษาทั่วไปของคณะสารสนเทศและการสื่อสาร		-		รองคณบดีฝ่ายวิชาการ/งานหลักสูตร		
รวมงบประมาณด้านการเรียนการสอน							570,000				

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ กำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ	
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น				
2) ด้านพัฒนานักศึกษา											
เป้าประสงค์ : 2.2 การพัฒนานักศึกษาที่มีทักษะแห่งอนาคต เปี่ยมคุณภาพและศักยภาพสูง สร้างสรรค์ สิ่งงาน และเชี่ยวชาญสื่อดิจิทัล	2.9 จำนวนรางวัลที่นักศึกษา บุคลากรศิษย์เก่าหรือส่วนงานได้รับในระดับชาติหรือนานาชาติ	11 รางวัล	2.2.1 พัฒนาอาจารย์และนักศึกษาให้มีประสบการณ์ด้านการสื่อสารดิจิทัลในระดับชาติและนานาชาติ	11	ประชาสัมพันธ์ สนับสนุนส่งเสริม และให้คำปรึกษาบ่มเพาะนักศึกษาเพื่อการประกวดผลงานด้านสื่อดิจิทัลและเศรษฐกิจสร้างสรรค์		0		รองคณบดีฝ่ายวิชาการฯ	ผศ.พิริยะ กาญจนคงคา/ นพพร สุนะ	พ.ย.68 – ก.ค. 69
	2.10 ร้อยละของนักศึกษาชั้นปีสุดท้ายที่ผ่านกระบวนการ พัฒนาพัฒนาให้เป็นพลเมืองโลก ด้วยกระบวนการทักษะในศตวรรษที่ 21	ร้อยละ 95	2.2.2 พัฒนาหลักสูตรและแผนการสอนให้สอดคล้องกับตลาดงานดิจิทัลและมาตรฐานคุณภาพการศึกษาพัฒนาทักษะแห่งอนาคต (Future Skills) ให้แก่นักศึกษาอย่างรอบด้านพัฒนาคุณลักษณะเชิงคุณภาพของนักศึกษา	12	โครงการพัฒนานักศึกษาสู่ความเป็นนักผลิตสื่อมืออาชีพ		90,000		รองคณบดีฝ่ายวิชาการฯ	อ.ดร.ภควิทย์ ดำรงเกียรติศักดิ์/ สมพร เกตุตะคุ	มิ.ย.-ส.ค. 69
				13	โครงการส่งเสริมทักษะภาษาอังกฤษให้แก่นักศึกษา		10,000		รองคณบดีฝ่ายวิชาการฯ	อ.ดร.สุจิตรา แก้วสินवल/ ดร.วัฒนาพงษ์ ใหม่เพย	ก.ค.-ส.ค. 69
				14	โครงการผู้บริหารพบเราสื่อสารดิจิทัล		21,000		รองคณบดีฝ่ายวิชาการฯ	นพพร สุนะ	ต.ค. 68-ส.ค. 69
				กิจกรรมตามแผนพัฒนานักศึกษา							
				15	โครงการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างความสัมพันธ์			82,840	รองคณบดีฝ่ายวิชาการฯ	ดร.วัฒนาพงษ์ ใหม่เพย /สโมสรนักศึกษา	ต.ค. 68-มี.ค. 69
				16	โครงการค่ายอาสาและพัฒนา			48,000	รองคณบดีฝ่ายวิชาการฯ	ดร.วัฒนาพงษ์ ใหม่เพย /สโมสรนักศึกษา	ม.ค.-พ.ค. 69

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ	
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น	กำกับดูแล	หลัก/รอง		
				17	โครงการเลือกตั้งผู้นำ นักศึกษาประจำปี 2568			-	รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	สมพร เกตุตะคุ / สโมสรมักศึกษา	ม.ค.-มี.ค. 69
				18	โครงการแสดงความยินดี กับพี่บัณฑิต			10,000	รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	สมพร เกตุตะคุ / สโมสรมักศึกษา	ก.พ.-เม.ย. 69
				19	โครงการพัฒนาศักยภาพ ผู้นำนักศึกษา ประจำปี 2569			70,000	รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	ดร.วัฒนาพงษ์ ใหม่ เพย /สโมสร นักศึกษา	มี.ค.-ส.ค. 69
				20	โครงการสานสัมพันธ์ นักศึกษาคณะสารสนเทศ และการสื่อสาร ประจำปี 2569			55,000	รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	ดร.วัฒนาพงษ์ ใหม่ เพย /สโมสร นักศึกษา	มี.ย.-ส.ค. 69
				21	โครงการเสริมสร้าง คุณธรรมและจริยธรรม(ไหว้ ครู) ประจำปี 2569			10,000	รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	นพพร สุนะ / สโมสรมักศึกษา	ก.ค.-ส.ค. 69
				22	โครงการอบรมเทคนิคการ ใช้อุปกรณ์สื่อดิจิทัล			10,000	รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	นพพร สุนะ / สโมสรมักศึกษา	ก.ค.-ส.ค. 69
รวมงบประมาณด้านพัฒนานักศึกษา						0	121,000	285,840			

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ กำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
3) ด้านการวิจัยและนวัตกรรม										
เป้าประสงค์ : 2.3 ผลิตผลงานวิจัยและ นวัตกรรมสื่อที่มี ผลกระทบต่อชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ สร้างสรรค์	2.11 จำนวนเงินวิจัยด้าน สังคมศาสตร์	2,400,000 บาท	2.3.1 ขับเคลื่อนงานวิจัยและ สร้างสรรค์สื่อสู่ระดับ นานาชาติ	23 โครงการ “สนับสนุนพันธ กิจด้านการวิจัย ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2569”		255,000		คณบดี	อรัชชา สุวพานิช/ สุรชาติ สิริช่วงโชติ	ต.ค.68-ก.ย.69 บูรณาการ ยุทธศาสตร์ที่ 2 KPI 2.13
	2.12 จำนวนครั้งในการ ผลงานวิจัยหรืองาน สร้างสรรค์ที่นำไปใช้ ประโยชน์	3 ครั้ง		24 ส่งเสริม ขอความร่วมมือ และติดตามอาจารย์ซึ่งมี งานวิจัยที่ออกรหัสแล้ว		-		รองคณบดีฝ่าย วิจัยฯ	งานบริการวิชาการ	
	2.13 ร้อยละของ ผลงานวิจัยที่ได้รับ การตีพิมพ์เผยแพร่ ตามเกณฑ์การ เผยแพร่ผลงาน วิชาการของ กพอ.	ร้อยละ 25	2.3.2 ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย สื่อสร้างสรรค์ ผลงานทาง วิชาการระดับชาติและ นานาชาติ	25 โครงการ “สนับสนุนพันธ กิจด้านการวิจัย ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2569”		-		คณบดี	อรัชชา สุวพานิช/ สุรชาติ สิริช่วงโชติ	ต.ค.68-ก.ย.69 บูรณาการ ยุทธศาสตร์ที่ 2 KPI 2.11
	2.14 ร้อยละของบทความ วิจัยที่ได้รับการอ้างอิง (Citation) ต่อจำนวน อาจารย์ประจำทั้งหมด	ร้อยละ 25		26 ปรับปรุงประกาศ หลักเกณฑ์การจัดสรร งบประมาณ เพื่อพัฒนา วิชาชีพบุคลากร		-		รองคณบดีฝ่าย วิจัยฯ	งานบริการวิชาการ	
รวมงบประมาณด้านการวิจัยและนวัตกรรม					-	255,000	-			

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ	ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ	
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น	กำกับดูแล	หลัก/รอง		
4) ด้านการให้บริการวิชาการ											
เป้าประสงค์ : 2.4 ใช้พลังสื่อสารดิจิทัลสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน	2.15 จำนวนงบประมาณบริการวิชาการ	4,000,000 บาท	2.4.1 ส่งเสริมบริการวิชาการเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่น	27	โครงการ “บริการวิชาการเพื่องานสร้างสรรค์และพัฒนาวิชาชีพ; สารสนเทศ - แม่แจ่ม การพัฒนาอาชีพยั่งยืน” ประจำปี 2569		300,000		รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	อุรัชชา สุวพานิช/สุรชาติ สิริช่วงโชติ	ต.ค.68-ก.ย.69
				28	ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มบุคลากร				รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	งานบริการวิชาการ	ต.ค.68-ก.ย.69
	2.16 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของชุมชนจากการบริการวิชาการ	ค่าเฉลี่ย 3.00			29	ติดตามผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของชุมชนจากการบริการวิชาการหลังเสร็จสิ้นโครงการ				รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	งานบริการวิชาการ
รวมงบประมาณด้านการให้บริการวิชาการ						-	300,000	-			

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบ กำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
5) ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม										
เป้าประสงค์ : 2.5 สืบ สานและต่อยอด วัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย พลังสื่อดิจิทัล	2.17 ความสำเร็จของแผน ทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม	ร้อยละ 80	2.5.1 ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผ่านสื่อสร้างสรรค์ด้วยการ ส่งเสริมและสนับสนุนการ จัดทำแผนที่บูรณาการการ เรียนการสอน งานวิจัย ร่วมกับการทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรมหรือ วัฒนธรรมทางการเกษตร ตามยุทธศาสตร์ IWA	30	โครงการทำนุศิลปวัฒนธรรม		16,800		รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	ณัฐญา ภิรอด พ.ย.68-ส.ค.69
				31	โครงการผลิตสื่อดิจิทัลเพื่อ สืบสานพลังศรัทธาและวิถี ชุมชน ในงาน ร้อยรวม ศรัทธา เหนือฟ้าอินทนนท์		8,960		รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	ณัฐญา ภิรอด พ.ย.68-ส.ค.69
รวมงบประมาณด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม						-	25,760	-		
รวมงบประมาณทั้ง 5 ด้าน						-	1,271,760	285,840		

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การขับเคลื่อนความเป็นนานาชาติ (Fostering Internationalization)

ยุทธศาสตร์คณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การขับเคลื่อนความเป็นนานาชาติ (Fostering Internationalization)

เป้าประสงค์ 3.1 ยกระดับความเป็นนานาชาติของคณะทั้งในด้านการเรียน การสอน และวิจัย

ผู้บริหารที่รับผิดชอบ : คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ตัวชี้วัดหลัก : ความสำเร็จของแผนไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

ยุทธศาสตร์และ เป้าประสงค์คณะ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น	ผู้รับผิดชอบกำกับ ดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
เป้าประสงค์ 3.1 ยกระดับความเป็น นานาชาติของคณะทั้ง ในด้านการเรียน การ สอน และวิจัย	3.1 จำนวนอาจารย์/นักวิจัย แลกเปลี่ยน หรือ บุคลากรชาวต่างชาติ (Inbound/Outbound)	5 คน	3.1.1 ขยายความร่วมมือระดับ นานาชาติ	1 กิจกรรมสนับสนุน ส่งเสริม การแลกเปลี่ยนด้านการเรียน การสอน และวิจัย ทั้ง อาจารย์ บุคลากร และ นักศึกษาสู่ความเป็นนานาชาติ		-		รองคณบดีฝ่าย วิจัยฯ	อุรัชชา สุวพานิช/สุ รชาติ สิริช่วงโชติ	
	3.2 จำนวนนักศึกษา แลกเปลี่ยนทุกระดับ ทุกหลักสูตร หรือผู้เข้า รับการฝึกอบรม ชาวต่างชาติ (Inbound/ Outbound)	4 คน		2 กิจกรรมสนับสนุนนักศึกษาสู่ นานาชาติ		-	100,000	รองคณบดีฝ่าย วิจัยฯ	งานบริการ วิชาการ/งาน บริการการศึกษาฯ	งบประมาณ 100,000 บาท เบิกจ่ายตาม ประกาศ

ยุทธศาสตร์และ เป้าประสงค์คณะ	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ		โครงการ/กิจกรรม	แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น	ผู้รับผิดชอบกำกับ ดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
	3.3 ร้อยละของนักศึกษาที่มี ผลสอบมาตรฐาน ภาษาอังกฤษ (CEFR) ตั้งแต่ B1 ขึ้นไป	ร้อยละ 60	3.1.2	ส่งเสริมและพัฒนาทักษะ ภาษาอังกฤษ	3 โครงการส่งเสริมทักษะ ภาษาอังกฤษให้แก่นักศึกษา		—		รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	อ.ดร.สุจิตรา แก้วสินवल/ ดร.วัฒนาพงษ์ ใหม่เพย	เบิกจ่ายยุทธ ศาสตร์ที่ 2 ด้านพัฒนา นักศึกษา
	3.4 จำนวนองค์ความรู้ด้าน การเกษตรที่ได้รับการ ยอมรับในระดับ นานาชาติ	1 เรื่อง	3.1.3	พัฒนาศักยภาพบุคลากร และเครือข่ายความร่วมมือ ระดับนานาชาติในด้านสื่อ ดิจิทัล	4 โครงการผลิตสื่อ 2 ภาษา เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน การปลูกทุเรียนจันทร์แจ่ม		40,000		รองคณบดีฝ่าย วิจัยฯ	สมพร เกตุตะคุ	พ.ค.-ส.ค. 69
						-	40,000	100,000			

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การขับเคลื่อนสู่การเป็นมหาวิทยาลัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology Development and Innovation University)

ยุทธศาสตร์คณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การขับเคลื่อนสู่การเป็นมหาวิทยาลัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Technology Development and Innovation University)

เป้าประสงค์ : 4.1 สร้างอัตลักษณ์คณะด้านการสื่อสารดิจิทัลเพื่อชุมชนและอนาคต

ผู้บริหารที่รับผิดชอบ : คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ตัวชี้วัดหลัก : ความสำเร็จของแผนไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด		เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม		งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบกำกับ ดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
							แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
เป้าประสงค์ : 4.1 สร้างอัตลักษณ์คณะ ด้านการสื่อสารดิจิทัล เพื่อชุมชนและอนาคต	4.1	นักศึกษาและบัณฑิต ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่ ได้รับการพัฒนาเป็น ผู้ประกอบการ	100 คน	4.1.1 พัฒนาหลักสูตรอบรมระยะ สั้นเพื่อกลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการ และเยาวชน	1	โครงการบ่มเพาะพัฒนาความรู้ ด้านการผู้ประกอบการ		120,000		รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	นพพร สุนะ	ม.ค.-มี.ค. 69
	4.2	บุคลากร สถาบันอุดมศึกษาและ นักศึกษาที่แลกเปลี่ยน ความรู้สู่ภาคธุรกิจ/ อุตสาหกรรม	2 คน		2	กลไกประชาสัมพันธ์และ สนับสนุน		-		รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	งานบริการ วิชาการฯ	
					3	เข้าร่วมแลกเปลี่ยนความรู้สู่ ภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรม		-		รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	งานบริการ วิชาการฯ	
	4.3	ความร่วมมือเพื่อ พัฒนาผู้ประกอบการ และส่งเสริมการสร้าง นวัตกรรมกับภาค ธุรกิจ/อุตสาหกรรม	1 ความ ร่วมมือ	4.1.2 สร้างพื้นที่ความร่วมมือกับ ชุมชนเพื่อพัฒนาสื่อท้องถิ่น	4	จัดทำความร่วมมือเพื่อ ผู้ประกอบการและส่งเสริมการ สร้างนวัตกรรมกับภาคธุรกิจ/ อุตสาหกรรม		-		รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	งานบริการ วิชาการฯ	
							0	120,000	0			

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การบริหารจัดการและการเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินอย่างยั่งยืน (Financial Stability and Sustainable Growth)

ยุทธศาสตร์คณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบริหารจัดการและการเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินอย่างยั่งยืน (Financial Stability and Sustainable Growth)

เป้าประสงค์ 5.1 บริหารจัดการองค์กรและสร้างรายได้เพื่อความยั่งยืน

เป้าประสงค์ : 5.2 มีความมั่นคงทางงบประมาณและทรัพยากรอย่างยั่งยืน

ผู้บริหารที่รับผิดชอบ : คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ตัวชี้วัดหลัก : ความสำเร็จของแผนไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบกำกับ ดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
เป้าประสงค์ 5.1 บริหารจัดการองค์กร และสร้างรายได้เพื่อ ความยั่งยืน	5.1 ความสำเร็จในการเตรียม ความพร้อมเพื่อรับการ ประเมินองค์กรสู่ความเป็นเลิศ (EdPEX)	ระดับ 3	5.1.1 พัฒนาและบริหารจัดการ องค์กรเพื่อรับการประเมิน องค์กรสู่ความเป็นเลิศ	1 โครงการเตรียมความ พร้อมเพื่อรับการ ประเมินองค์กรสู่ความ เป็นเลิศ EdPEX		400,000		รองคณบดีฝ่ายบริการ วิชาการฯ	พัชรียา ซ้ายสุวรรณ	ม.ย.-ส.ค.69
				2 โครงการเตรียมความ พร้อมการเขียน : EdPEX – Education Criteria for Performance Excellence เพื่อการดำเนินการที่เป็น เลิศ ของคณะสารสนเทศ และการสื่อสาร		19,600		รองคณบดีฝ่ายบริการ วิชาการฯ	พัชรียา ซ้าย สุวรรณ/เพียร สว่าง บุชา	มี.ค.-69

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบกำกับ ดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
				3 โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ การใช้เกณฑ์ EdPEx เพื่อผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ : EdPEx สำหรับผู้บริหาร และหัวหน้างาน		207,310		รองคณบดีฝ่ายบริการวิชาการฯ	พัชรียา ชำยสุวรรณ/เพียรสว่าง บุษบา	ก.พ.-69
	5.2 ร้อยละของบุคลากรที่มีตำแหน่งทางวิชาการ	ร้อยละ 50	5.1.2 ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรกล้าคิดใหม่ กล้าลงมือทำ ปรับตัวได้ ทำงานเป็นทีม สื่อสารด้วยความจริงใจและความเข้าใจ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจที่ติดต่องาน	4 ปรับปรุงประกาศหลักเกณฑ์การจัดสรรงบประมาณ เพื่อพัฒนาวิชาชีพบุคลากร		-				
	5.3 ร้อยละของบุคลากรที่มีผลการประเมินสมรรถนะเป็นไปตามมาตรฐาน	ร้อยละ 90		5 โครงการ “Healthy and Happy Workplace”		50,000		ผอ.สำนักงานคณบดี	กะรัต เทพศิริ	ม.ค.-มิ.ย. 69
				6 โครงการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพบุคลากร		67,000		รองคณบดีฝ่ายบริหารฯ	กะรัต เทพศิริ	มี.ค.-ก.ค. 69 - กิจกรรมสายวิชาการ (25,000) อ.ดร.พีรวิชญ์ ภาคนนท์กุล/ดร.วัฒนาพงษ์ใหม่เพ็ญ - กิจกรรมสายสนับสนุน (25,000)ผอ.สภ.คณบดี/กะรัต เทพศิริ - กิจกรรมค้นหาสมรรถนะฯ (17,000)

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบกำกับ ดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
	5.4 ผลปฏิบัติราชการของคณะ	ค่าเฉลี่ย 4.25	5.1.3 ส่งเสริมให้มีการจัดทำแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของคณะให้สอดคล้องกับเป้าหมายและยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย	7 โครงการทบทวนแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 และจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี 2570		240,000		รองคณบดีฝ่ายบริหารฯ	เพียรสว่าง บุษชา	มี.ค.-ก.ย. 69
				8 โครงการ Inc Talk		10,000		ผู้อำนวยการสำนักงาน	เปรมจิตร เทพานนท์	ต.ค. 68 – ก.ย. 69
				9 โครงการ “สัมมนาหัวหน้าส่วนงาน (Dean Forum) สัณจุมหาวิทยาลัยแม่โจ้ – แพร่เฉลิมพระเกียรติ”		91,250		คณบดี	อุรัชชา สุวพานิช	พ.ย. 69 (นอกแผน)
เป้าประสงค์: 5.2 มีความมั่นคงทางงบประมาณและทรัพยากรอย่างยั่งยืน	5.5 ร้อยละของงบประมาณเงินรายได้ที่ได้รับจริงต่อประมาณการเงินรายได้	ร้อยละ 95	5.2.1 สร้างความมั่นคงทางการเงิน ด้วยการบริหารงบประมาณและการแสวงหารายได้จากแหล่งอื่นๆ	10 แสวงหางบประมาณรายได้และบริหารจัดการงบประมาณเงินรายได้ให้มีประสิทธิภาพ		-		คณบดี/รองคณบดีฝ่ายวิชาการ/รองคณบดีฝ่ายวิจัย/รองคณบดีฝ่ายบริหาร/ผอ.สำนักงาน/หน.งานบริการการศึกษา/หน.งานบริการวิชาการ/หน.งานนโยบาย/หน.งานคลังฯ/หน.งานบริหารฯ		

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ			ผู้รับผิดชอบกำกับ ดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
					แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น			
	5.6 จำนวนเงินรายได้จากการ ให้บริการ	170,000 บาท		11 โครงการการอบรม หลักสูตรระยะสั้น เพื่อหา รายได้		40,000		รองคณบดีฝ่ายบริหาร ฯ/รองคณบดีฝ่ายวิจัย ฯ/รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ	อรัชชา สุวพานิช/ สุรชาติ สิริช่วงโชติ	มิ.ย.-ก.ย. 69
				12 โครงการ "บริการวิชาการ ด้านการศึกษาและเรียนรู้ แบบผสมผสานแก่ สถานศึกษาและชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569"		10,000		รองคณบดีฝ่ายวิจัยฯ	อรัชชา สุวพานิช/ สุรชาติ สิริช่วงโชติ	มิ.ย.-ก.ย. 69
				13 ปรับระดับค่าบริการการ เช่าห้องปฏิบัติการและ อุปกรณ์		-		รองคณบดีฝ่ายบริหารฯ	งานบริการ การศึกษา/ งานคลังฯ	
	5.7 จำนวนเงินในกองทุนเงินสะสม เพื่อความมั่นคง	5,175,988 บาท		14 บริหารจัดการเงินสะสม กองทุนอย่างมี ประสิทธิภาพ		-		คณบดี/รองคณบดีฝ่าย วิชาการฯ/รองคณบดี ฝ่ายวิจัยฯ/รองคณบดี ฝ่ายบริหารฯ/ผอ. สำนักงาน/หน.งาน บริการการศึกษาฯ/หน. งานบริการวิชาการฯ/หน. งานนโยบายฯ/หน.งาน คลังฯ/หน.งานบริหารฯ		
	5.8 ปริมาณการใช้ไฟฟ้า เปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา	เพิ่มขึ้น 2%	5.2.2 ส่งเสริมการประหยัด พลังงานทุกรูปแบบ	15 กำกับติดตามปริมาณการ ใช้พลังงานไฟฟ้า		-		รองคณบดีฝ่ายบริหารฯ	สมพร เกตุตะคุ /ทศพร ทองป่อ	
					0	1,135,160	0			

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาตามยุทธศาสตร์/อัตลักษณ์/ภารกิจเฉพาะของหน่วยงาน

ยุทธศาสตร์คณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาตามยุทธศาสตร์ / อัตลักษณ์ / ภารกิจเฉพาะของส่วนงาน

เป้าประสงค์ : 6.1 เป็นผู้นำในการสร้างนักสื่อสารดิจิทัล ที่มีทักษะแห่งอนาคต เพื่อผลักดัน เปลี่ยนแปลง พัฒนาชุมชน สังคม และ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระดับชาติ และระดับนานาชาติอย่างยั่งยืน

ผู้บริหารที่รับผิดชอบ : คณบดีคณะสารสนเทศและการสื่อสาร

ตัวชี้วัดหลัก : ความสำเร็จของแผนไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น	ผู้รับผิดชอบกำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
เป้าประสงค์ 6.1 เป็นผู้นำในการสร้างนักสื่อสารดิจิทัล ที่มีทักษะแห่งอนาคต เพื่อผลักดัน เปลี่ยนแปลง พัฒนาชุมชน สังคม และ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระดับชาติ และระดับนานาชาติอย่างยั่งยืน	6.1 บทบาทการเป็นผู้นำด้านการสื่อสารดิจิทัลระดับประเทศ	3 ครั้ง	6.1.1 สร้างบทบาทการเป็นผู้นำด้านการสื่อสารดิจิทัลและขับเคลื่อนพลเมืองดิจิทัลในระดับประเทศ	1 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมด้านการสื่อสารดิจิทัล ร่วมกับหน่วยงานระดับประเทศ		-		คณบดี/รองคณบดีฝ่ายวิชาการ/รองคณบดีฝ่ายวิจัย/รองคณบดีฝ่ายบริหารฯ/ผอ.สำนักงาน/หน.งาน		
				2 เสริมสร้างความร่วมมือทางด้านวิชาการกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเพิ่มเติม				บริการการศึกษาฯ/หน.งานบริการวิชาการฯ/หน.งานนโยบายฯ/หน.งานคลังฯ/หน.งานบริหารฯ		
				3 โครงการสนับสนุนงาน อพ.สธ. ทรัพยากรไทย : หวนดูทรัพย์สิ่งสินตน		100,000		คณบดี	สมพร เกตุตะคุ/ อุรัชชา สุวพานิช/ งานบริการการศึกษาฯ	พ.ย.-ธ.ค. 68

[illegible]

เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 2569	กลยุทธ์คณะ	โครงการ/กิจกรรม	แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น	ผู้รับผิดชอบกำกับดูแล	ผู้รับผิดชอบ หลัก/รอง	หมายเหตุ
	6.4 จำนวนผู้ได้รับการพัฒนาด้านการถ่ายภาพเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน	20 คน	6.1.4 อัตลักษณ์ผู้นำในการสร้างนักสื่อสารดิจิทัลที่มีทักษะแห่งอนาคต เพื่อผลักดัน เปลี่ยนแปลง พัฒนา ชุมชน สังคม และ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ในระดับชาติ และระดับนานาชาติอย่างยั่งยืน	8 โครงการพัฒนาด้านการถ่ายภาพและท่องเที่ยวชุมชน		100,000		คณบดี	อรัชชา สุวพานิช เสนอ e-project/ สมพร เกตุตะคุ/ นพพร สุนะ/ นครินทร์ พงษ์โสเด	ต.ค. 68 – มี.ค. 69
	6.5 การใช้จ่ายงบประมาณแผ่นดินงบลงทุนตามมาตรการเร่งรัดการเบิกจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569	ระดับ 5	6.1.5 ผลักดันให้การบริหารงบประมาณแผ่นดินงบลงทุนตามมาตรการเร่งรัดการเบิกจ่ายให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล	9 ติดตามและรายงานการใช้จ่ายงบประมาณแผ่นดินงบลงทุนตามมาตรการเร่งรัดการเบิกจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569		-		คณบดี/ รองคณบดี/ ผอ.สนง./ งานคลังและพัสดุ / งานนโยบาย แผนฯ		
					-	860,000				

สรุปรายละเอียดตามประเด็นยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์	จำนวน ตัวชี้วัด	จำนวนกิจกรรม/ โครงการ	งบประมาณ			รวม
			แผ่นดิน	รายได้	แหล่งอื่น	
1 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเชิงรุกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำด้าน เกษตรสุภาพในระดับนานาชาติ (Proactive Strategy toward Inter IWA)	6	3		105,000		105,000
2 การขับเคลื่อนผลการดำเนินงานตามพันธกิจหลัก (Driving Mission-Driven Performance)	17	21		1,271,760	285,840	1,557,600
3 การขับเคลื่อนความเป็นนานาชาติ (Fostering Internationalization)	4	1		40,000	100,000	140,000
4 การขับเคลื่อนสู่การเป็นมหาวิทยาลัยด้านการพัฒนาเทคโนโลยีและส่งเสริมการสร้าง นวัตกรรม (Technology Development and Innovation University)	3	1		120,000	-	120,000
5 การบริหารจัดการและการเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินอย่างยั่งยืน (Financial Stability and Sustainable Growth)	8	10		1,135,160		1,135,160
6 การพัฒนาตามยุทธศาสตร์ / อัตลักษณ์ / ภารกิจเฉพาะของส่วนงาน	5	5		860,000	-	860,000
รวม	43	41	-	3,531,920	385,840	3,917,760

ตัวชี้วัดหลัก : ความสำเร็จของแผนไม่น้อยกว่าร้อยละ 85

เกณฑ์การบรรลุแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 ดังนี้

- 1) ความสำเร็จของตัวชี้วัดโดยรวมในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 85
- 2) นำผลรวมความสำเร็จทุกยุทธศาสตร์ในแผนปฏิบัติการประจำปี 2569 มารวมกันโดยจะต้องมีผลสำเร็จไม่น้อยกว่าร้อยละ 85 แผนปฏิบัติการประจำปีจึงจะบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

ปฏิทินการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2569

เดือน ตุลาคม 2568 – ตุลาคม 2569

กิจกรรม	2568			2569										หมายเหตุ
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	
1. เผยแพร่แผนปฏิบัติการประจำปี 2569														
2. ถ่ายทอดแผนและแจ้งผู้รับผิดชอบโครงการ														
3. ติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานตามแผน รอบ 6 เดือน														
4. กิจกรรมทบทวน/ปรับแผนปฏิบัติการประจำปี 2569														
5. ติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานตามแผน รอบ 9 เดือน														
6. โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี 2570														
7. ติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานตามแผน รอบ 12 เดือน														
8. ประเมินแผนปฏิบัติการประจำปี 2569														
9. รายงานผลโครงการผ่านระบบ e-project														

หมายเหตุ : สามารถปรับเปลี่ยนเวลาได้ตามความเหมาะสม