



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักงานมหาวิทยาลัย ฝ่ายสื่อสารองค์กร โทร ๓๐๑๖-๗

ที่ อว ๖๙.๒.๑๔/๑๖๖

วันที่ ๒๖ กรกฎาคม ๒๕๖๕

เรื่อง รายงานผลการควบคุมภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๕ รอบ ๙ เดือน

เรียน ผู้อำนวยการกองพัฒนาคุณภาพ

ตามที่ งานมาตรฐานการควบคุมภายใน กองพัฒนาคุณภาพ ได้ติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานตามแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและการจัดวางควบคุมภายในระดับส่วนงานภายในสำนักงานมหาวิทยาลัย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๕ รอบ ๙ เดือน นั้น

ในการนี้ ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย จึงขอรายงานผลการควบคุมภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๕ รอบ ๙ ในรูปแบบ File excel และ File pdf ตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นางสาวกนกวรรณ แชนหล่อ)

หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร

รายงานผลการควบคุมภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 รอบ 9 เดือน ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2565

หน่วยงาน ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย

ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผน (KPI) : 1. ดำเนินกิจกรรมควบคุมตามแผนอย่างน้อยร้อยละ 90/ 2. สามารถลดความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90/ 3. ความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายตาม KPI ร้อยละ 90

| พันธกิจ/<br>วัตถุประสงค์/<br>การ<br>ปฏิบัติงาน/<br>ประเภท<br>ความเสี่ยง | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | สถานะการดำเนินงาน            |                                     | ผลการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมลดความเสี่ยง | ประเมิน risk หลังทำกิจกรรมเสร็จ | ตัวชี้วัดความสำเร็จ risk |                            |                     |                        |           |                |              |      |                          |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------|------------------------|-----------|----------------|--------------|------|--------------------------|
|                                                                         |     |     |     |     |     | วิธีกา<br>รัด<br>การ<br>risk | ชื่อโครงการ/กิจกรรม<br>ลดความเสี่ยง |                                           |                                 | คะแนน                    | ผลหลังจากดำเนินงาน         |                     |                        | ตัวชี้วัด | เป้าหมาย ปี 64 |              |      |                          |
|                                                                         |     |     |     |     |     |                              |                                     |                                           |                                 |                          | โอกาส<br>ที่<br>จะ<br>เกิด | ผล<br>กระทบ<br>risk | คะแนน<br>ระดับ<br>risk |           |                | หน่วย<br>นับ | ผล   |                          |
|                                                                         |     |     |     |     |     |                              |                                     |                                           |                                 |                          |                            |                     |                        |           |                |              |      | การ<br>ที่<br>จะ<br>เกิด |
|                                                                         |     |     |     |     |     |                              |                                     | ผู้รับผิดชอบ                              |                                 | (10)                     | (11)                       | (12)                | (13)                   | (14)      | (15)           | (16)         | (17) | (18)                     |

พันธกิจ 1. ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ : 1. ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย 2. เผยแพร่ภาพลักษณ์ และผลิตสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม 3. จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน

งาน : งานอำนวยการ

กระบวนการ : ขั้นตอน :

วัตถุประสงค์ : (การควบคุม)

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานวิเคราะห์แล้วไม่มีความเสี่ยง (วิเคราะห์ตรวจสอบรอบปีที่ผ่านมา)

พันธกิจ 2. เผยแพร่ภาพลักษณ์และผลิตสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง ครอบคลุม

วัตถุประสงค์ : 1. ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย 2. เผยแพร่ภาพลักษณ์ และผลิตสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม 3. จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน

งาน : งานสื่อสารนิเทศ

กระบวนการ : ขั้นตอน :

วัตถุประสงค์ : (การควบคุม)

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานวิเคราะห์แล้วไม่มีความเสี่ยง (วิเคราะห์ตรวจสอบรอบปีที่ผ่านมา)

|                                                                                                                                                                                                                      |                                             |                                         |              |                           |         |   |                                                                                                                                                                                                                     |               |    |   |   |   |                                              |        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------|---------------------------|---------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----|---|---|---|----------------------------------------------|--------|----|
| พันธกิจ 3. จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน                                                                                                          |                                             |                                         |              |                           |         |   |                                                                                                                                                                                                                     |               |    |   |   |   |                                              |        |    |
| วัตถุประสงค์ : 1. ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย 2. เผยแพร่ภาพลักษณ์ และประสิทธิภาพภายใน 3. จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน |                                             |                                         |              |                           |         |   |                                                                                                                                                                                                                     |               |    |   |   |   |                                              |        |    |
| งาน :งานกิจกรรมพิเศษ                                                                                                                                                                                                 |                                             |                                         |              |                           |         |   |                                                                                                                                                                                                                     |               |    |   |   |   |                                              |        |    |
| กระบวนการงาน /ขั้นตอน :                                                                                                                                                                                              |                                             |                                         |              |                           |         |   |                                                                                                                                                                                                                     |               |    |   |   |   |                                              |        |    |
| วัตถุประสงค์ : (การควบคุม)                                                                                                                                                                                           |                                             |                                         |              |                           |         |   |                                                                                                                                                                                                                     |               |    |   |   |   |                                              |        |    |
| จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในปัจจุบัน                                                                                                                        | ระดับการรับรู้และการตอบสนองในการสื่อสารลดลง | การสร้างสื่อที่เจาะเข้ากับกลุ่มเป้าหมาย | ลดความเสี่ยง | จัดรายการออนไลน์ MUU Talk | ก.ย. 65 | 0 | มีการจัดรายการทุกสัปดาห์ วันศุกร์ (วันกรณีตรงกับวันหยุดนักขัตฤกษ์) เริ่มดำเนินรายการ ตั้งแต่วันที่ 11 มีนาคม 2565 ซึ่งขณะนี้ได้ดำเนินการมาแล้ว 15 ครั้ง เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผลงาน กิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย | กณกรรณ แซ่หลอ | NA | 0 | 0 | 0 | จำนวนผู้เข้าชม 2,000 ขึ้น คิดเป็นร้อยละ 85 % | ร้อยละ | NA |
| สรุปผลการดำเนินงานตามความภายใน ประจำปีงบประมาณ 2565 รอบ 9 เดือน ณ วันที่ 30 มีนาคม 2565                                                                                                                              |                                             |                                         |              |                           |         |   |                                                                                                                                                                                                                     |               |    |   |   |   |                                              |        |    |

|                                                                                            |  |         |  |   |  |           |  |                    |  |        |  |                        |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------|--|---|--|-----------|--|--------------------|--|--------|--|------------------------|--|
| 1.กิจกรรมลดความเสี่ยงมีทั้งหมด                                                             |  | กิจกรรม |  | 1 |  | กิจกรรม   |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 0.00   |  | มีผลการดำเนินงานดังนี้ |  |
| 1.1 กิจกรรมดำเนินการแล้วเสร็จ จำนวน                                                        |  | 0       |  |   |  | กิจกรรม   |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 100.00 |  |                        |  |
| 1.2 กิจกรรมยังอยู่ระหว่างดำเนินการ จำนวน                                                   |  | 1       |  |   |  | กิจกรรม   |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 0.00   |  |                        |  |
| 1.3 กิจกรรมไม่ได้จัดทำยังไม่ได้ดำเนินการ จำนวน                                             |  | 0       |  |   |  | กิจกรรม   |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 0.00   |  |                        |  |
| 2.ประเด็นความเสี่ยงของแผนบริหารจัดการความเสี่ยงมีทั้งหมดจำนวน                              |  | 1       |  |   |  | ประเด็น   |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 0.00   |  | มีผลการดำเนินงานดังนี้ |  |
| 2.1 ความเสี่ยงลดลงหรืออยู่ในระดับที่ยอมรับได้ เมื่อเทียบกับคะแนนที่ประเมินไว้ก่อนดำเนินการ |  | 0       |  |   |  | ประเด็น   |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 0.00   |  |                        |  |
| 2.2 ความเสี่ยงไม่ลดลงและยังคงมีอยู่ เมื่อเทียบกับคะแนนที่ประเมินไว้ในแผน                   |  | 0       |  |   |  | ประเด็น   |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 0.00   |  |                        |  |
| 3. ตัวชี้วัดประเด็นความเสี่ยงของแผนบริหารจัดการความเสี่ยง มีทั้งหมด                        |  | 1       |  |   |  | ตัวชี้วัด |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 0.00   |  | มีผลการดำเนินงานดังนี้ |  |
| 3.1 ตัวชี้วัดที่บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่กำหนด                                            |  | 0       |  |   |  | ตัวชี้วัด |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 0.00   |  |                        |  |
| 3.2 ตัวชี้วัดที่ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่กำหนด                                         |  | 0       |  |   |  | ตัวชี้วัด |  | คิดเป็นอัตราร้อยละ |  | 0.00   |  |                        |  |

ทั้งนี้ หน่วยงานมีตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนการบริหารความเสี่ยง ในภาพรวม ดังนี้

1. ดำเนินกิจกรรมควบคุมความเสี่ยงได้อย่างน้อยร้อยละ
2. สามารถลดความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ
3. ความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายตาม KPI ร้อยละ

|    |
|----|
| 90 |
| 90 |
| 90 |

|                |
|----------------|
| ผลการดำเนินงาน |
| ผลการดำเนินงาน |
| ผลการดำเนินงาน |



|   |
|---|
| 0 |
| 0 |
| 0 |

|           |
|-----------|
| กิจกรรม   |
| ประเด็น   |
| ตัวชี้วัด |



|                    |
|--------------------|
| คิดเป็นอัตราร้อยละ |
| คิดเป็นอัตราร้อยละ |
| คิดเป็นอัตราร้อยละ |

|      |
|------|
| 0.00 |
| 0.00 |
| 0.00 |

กมลชน

(นางสาวกนกวรรณ แซ่หล่อ)  
หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงาน  
มหาวิทยาลัย  
30/6/2565