

รายงานผลการควบคุมภายใน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 รอบ 12 เดือน ณ วันที่ 30 กันยายน 2565

หน่วยงาน ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย

ตัวชี้วัดความสำเร็จของแผน (KPI) :

พันธกิจ/ วัตถุประสงค์/ การ ปฏิบัติงาน/ ประเภทความ เสี่ยง	ประเด็นความเสี่ยง	ปัจจัยเสี่ยง/สาเหตุความเสี่ยง	วิธีการ จัดการ risk	ชื่อโครงการ/กิจกรรม ลดความเสี่ยง	สถานการณ์ ดำเนินงาน		ผลการดำเนินงานโครงการ/กิจกรรมลดความเสี่ยง		ประเมิน risk หลังทำกิจกรรมเสร็จ					ตัวชี้วัดความสำเร็จ risk			
					แผน	ผล	ผลการดำเนินงาน/ปัญหาอุปสรรค/การแก้ไข	ผู้รับผิดชอบ	คะแนน risk ที่ยอมรับได้	ผลหลังจากดำเนินงาน				ตัวชี้วัด	เป้าหมาย ปี 64		
										โอกาส ที่จะ เกิด	ผล กระทบ	คะแนน risk	ระดับ risk		หน่วย นับ	แผน	ผล
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(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

กระบวนงาน / ขั้นตอน :

วัตถุประสงค์ : (การควบคุม)

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานวิเคราะห์แล้วไม่มีความเสี่ยง (วิเคราะห์ตรวจสอบรอบปีที่ผ่านมา)

พันธกิจ 2.เผยแพร่ภาพลักษณ์และผลดีสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่าง ครบคลุม

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

งาน :งานสื่อสารนิเทศ

วัตถุประสงค์ : (การควบคุม)

ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานวิเคราะห์แล้วไม่มีความเสี่ยง (วิเคราะห์ตรวจสอบรอบปีที่ผ่านมา)

พันธกิจ 3.ดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน

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

งาน :งานกิจกรรมพิเศษ

กระบวนการงาน / ขั้นตอน :

วิธีอุประสงฆ์ : (การควบคุม)

จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน	ระดับการรับรู้และการตอบสนองในการสื่อสารลดลง	การสร้างสื่อที่เจาะเข้ากับกลุ่มเป้าหมาย	ลดความเสี่ยง	จัดรายการออนไลน์ MU Talk	ก.ย. 65	เสร็จ	มีการจัดรายการทุกสัปดาห์ วันศุกร์ (เว้นกรณีที่ตรงกับวันหยุดนักขัตฤกษ์) เริ่มดำเนินการรายการ ตั้งแต่วันศุกร์ ที่ 11 มีนาคม 2565 เป็นต้นไป โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นได้มีส่วนช่วยเพิ่มการรับรู้ต่อกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้นได้ สำหรับข้อมูลสรุปผู้เข้าชมไว้ในลิงค์ที่แนบมาพร้อมนี้ https://erp.mju.ac.th/openFile.aspx?id=NTM2NTQ3&method=inline	กนกวรรณ แซ่หล่อ	6	3	2	6	ปานกลาง	จำนวนผู้เข้าชม 2,000 ขึ้น คิดเป็นร้อยละ 85 %	ร้อยละ 85	100
--	---	---	--------------	--------------------------	---------	-------	---	-----------------	---	---	---	---	---------	--	-----------	-----

สรุปผลการดำเนินงานการควบคุมภายใน ประจำปีงบประมาณ 2565 รอบ 12 เดือน ณ วันที่ 30 กันยายน 2565

1.กิจกรรมลดความเสี่ยงมีทั้งหมด

- 1.1 กิจกรรมดำเนินการแล้วเสร็จ จำนวน
- 1.2 กิจกรรมยังอยู่ระหว่างดำเนินการ จำนวน
- 1.3 กิจกรรมไม่ได้จัดทำ/ยังไม่ได้ดำเนินการ จำนวน

1	กิจกรรม	มีผลการดำเนินงานดังนี้
1	กิจกรรม คิดเป็นอัตราร้อยละ	100.00
0	กิจกรรม คิดเป็นอัตราร้อยละ	0.00
0	กิจกรรม คิดเป็นอัตราร้อยละ	0.00

2.ประเด็นความเสี่ยงของแผนบริหารจัดการความเสี่ยงมีทั้งหมดจำนวน

- 2.1 ความเสี่ยงลดลงหรืออยู่ในระดับที่ยอมรับได้ เมื่อเทียบกับคะแนนที่ประเมินไว้ก่อนดำเนินการกิจกรรม
- 2.2 ความเสี่ยงไม่ลดลงและยังคงมีอยู่ เมื่อเทียบกับคะแนนที่ประเมินไว้ในแผน

1	ประเด็น คิดเป็นอัตราร้อยละ	มีผลการดำเนินงานดังนี้
1	ประเด็น คิดเป็นอัตราร้อยละ	100.00
0	ประเด็น คิดเป็นอัตราร้อยละ	0.00

3. ตัวชี้วัดประเด็นความเสี่ยงของแผนบริหารจัดการความเสี่ยง มีทั้งหมด

- 3.1 ตัวชี้วัดที่บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่กำหนด
- 3.2 ตัวชี้วัดที่ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่กำหนด

1	ตัวชี้วัด คิดเป็นอัตราร้อยละ	มีผลการดำเนินงานดังนี้
1	ตัวชี้วัด คิดเป็นอัตราร้อยละ	100.00
0	ตัวชี้วัด คิดเป็นอัตราร้อยละ	0.00

ทั้งนี้ หน่วยงานมีตัวชี้วัดความสำเร็จของแผนบริหารความเสี่ยง ในภาพรวม ดังนี้

1. ดำเนินกิจกรรมควบคุมตามแผนอย่างน้อยร้อยละ
2. สามารถลดความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ
3. ความสำเร็จของการบรรลุเป้าหมายตาม KPI ร้อยละ

90	ผลการดำเนินงาน
90	ผลการดำเนินงาน
90	ผลการดำเนินงาน

1	กิจกรรม	คิดเป็นอัตราร้อยละ	100.00
1	ประเด็น	คิดเป็นอัตราร้อยละ	100.00
1	ตัวชี้วัด	คิดเป็นอัตราร้อยละ	100.00

นางสาวกนกวรรณ

(นางสาวกนกวรรณ แซ่หล่อ)

หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย

17/10/65

ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รายงานการประเมินผลการควบคุมภายใน

สำหรับระยะเวลาการดำเนินงานสิ้นสุด ประจำปีงบประมาณ 2565 (30 กันยายน 2565)

ภารกิจตามกฎหมายที่จัดตั้ง/พันธกิจ/ ภารกิจตามแผนการดำเนินงานที่สำคัญ ของหน่วยงาน/วัตถุประสงค์	ความเสี่ยง	การควบคุมภายในที่มีอยู่ (ขั้นตอนการปฏิบัติงาน/กิจกรรมที่ ต้องจัดวางการควบคุม)	การประเมินผลการควบคุม ภายใน	ความเสี่ยงที่ยังมีอยู่	การปรับปรุงการ ควบคุมภายใน	ผู้รับผิดชอบ/ กำหนดเสร็จ
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
พันธกิจ 3.กิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน						
วัตถุประสงค์ : (ตามพันธกิจ)	1. ส่งเสริมสนับสนุนกิจการ นโยบาย ยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย 2. เผยแพร่ภาพลักษณ์ และผลิตสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุม 3. จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคปัจจุบัน					
งาน :งานกิจกรรมพิเศษ						
จัดกิจกรรมสื่อสารเชิงการตลาด พร้อมกับการสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุค ปัจจุบัน	ระดับการรับรู้และการตอบสนอง ในการสื่อสารลดลง	มีการจัดรายการทุกสัปดาห์ วันศุกร์ (เว้นกรณีที่ตรงกับวันหยุดนักขัตฤกษ์) เริ่มดำเนินรายการ ตั้งแต่วันศุกร์ ที่ 11 มีนาคม 2565 เป็นต้นไป โดยกิจกรรมที่ จัดขึ้นได้มีส่วนช่วยเพิ่มการรับรู้ต่อ กลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้นได้สำหรับ ข้อมูลสรุปผู้เข้าชมไว้ในลิงค์ที่แนบมา พร้อมนี้ https://erp.mju.ac.th/openFile.aspx?id=NTM2NTQ3&method=inline	จัดกิจกรรมสื่อสารเชิง การตลาด เพื่อเพิ่มระดับการ รับรู้ และการตอบสนองใน การสื่อสาร ที่มีอยู่ ในการเจาะ เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย สามารถลดความเสี่ยงให้อยู่ ในระดับที่ยอมรับได้	-	-	อัครณัฐญาณ์ ปัญญาธิสิน 17/10/65

นางสาวกนกวรรณ แซ่หล่อ

(นางสาวกนกวรรณ แซ่หล่อ)

หัวหน้าฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักงานมหาวิทยาลัย

วันที่ 17 ตุลาคม 2565