



แผนการสื่อสารกลยุทธ์ ภายในองค์กร

คณะโลจิสติกส์และดิจิทัลซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยนเรศวร
ประจำปีงบประมาณ



พ.ศ. 2
5
6
8



สารบัญ

แผนการสื่อสารกลยุทธ์ภายในองค์กร.....	1
บทสรุปผู้บริหาร	1
บทที่ 1: กลยุทธ์การสื่อสาร.....	2
1.1 การสื่อสารแบบบนลงล่าง (Top-down Communication)	2
1.2 การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน (Bottom-up Communication)	3
1.3 การสื่อสารแบบแนวนราบ (Lateral Communication)	5
1.4 ผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการผสมผสานการสื่อสารทั้ง 3 รูปแบบ	6
บทที่ 2: ช่องทางการสื่อสาร	8
2.1 ช่องทางดิจิทัล	8
2.2 ช่องทางออฟไลน์	9
บทที่ 3: แผนการดำเนินงาน.....	10
3.1 การสื่อสารแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ใหม่	10
3.2 การสร้างความตระหนักรู้ด้านค่านิยมองค์กร	11
3.3 การสื่อสารแผนสำคัญต่างๆ	11
3.4 สื่อสารและรับฟังเสียงบุคลากร	12
3.5 แผนปฏิบัติการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์.....	13
บทที่ 4: การติดตามและประเมินผล.....	15
4.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)	15
4.2 วิธีการประเมิน.....	15
4.3 การรายงานผล.....	16
4.4 การนำผลประเมินไปใช้.....	17

แผนการสื่อสารกลยุทธ์ภายในองค์กร

ประจำปีงบประมาณ 2568 (ตุลาคม 2567 - กันยายน 2568)

บทสรุปผู้บริหาร

แผนการสื่อสารกลยุทธ์ภายในองค์กรฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นกรอบและแนวทางในการดำเนินงานด้านการสื่อสารภายในองค์กรประจำปีงบประมาณ 2568 โดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล แผนฉบับนี้ครอบคลุมการสื่อสารทั้งแบบบนลงล่าง ล่างขึ้นบน และแนวราบ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานทุกระดับ

การดำเนินงานตามแผนแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร แผนการดำเนินงาน และการติดตามประเมินผล โดยมีโครงการสำคัญที่จะดำเนินการในปีงบประมาณ 2568 ประกอบด้วย การพัฒนาแอปพลิเคชันสื่อสารภายในองค์กร การปรับปรุงระบบ Intranet Portal และการจัดตั้งเครือข่ายผู้ประสานงานระหว่างหน่วยงาน

ความสำเร็จของแผนจะวัดจากตัวชี้วัดสำคัญ ได้แก่ ระดับการรับรู้ของบุคลากรที่เป้าหมายร้อยละ 80 อัตราการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสื่อสารไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85 และความพึงพอใจต่อการสื่อสารองค์กรโดยรวมที่ร้อยละ 85 ทั้งนี้ จะมีการติดตามและประเมินผลเป็นรายไตรมาส เพื่อให้สามารถปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญ ได้แก่ การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ความร่วมมือจากทุกหน่วยงาน และการมีทีมงานสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ โดยคาดว่าจะเมื่อดำเนินการตามแผนนี้แล้ว จะช่วยยกระดับการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เสริมสร้างความผูกพันของพนักงาน และสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายขององค์กรในภาพรวม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกระดับ
2. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับนโยบาย เป้าหมาย และทิศทางขององค์กร
3. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคลากรทุกระดับ
4. เพื่อพัฒนาช่องทางการสื่อสารที่ตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรในยุคดิจิทัล

บทที่ 1: กลยุทธ์การสื่อสาร

ความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีการผสมผสานรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายและเหมาะสม เพื่อสร้างระบบนิเวศการสื่อสารที่ครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ โดยแต่ละรูปแบบมีความสำคัญและบทบาทที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.1 การสื่อสารแบบบนลงล่าง (Top-down Communication)

1.1.1 ความสำคัญและเหตุผล

การสื่อสารแบบบนลงล่างมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร ด้วยเหตุผลสำคัญดังนี้:

1. การสร้างทิศทางที่ชัดเจน (Clear Direction)

- ช่วยให้พนักงานทุกคนเข้าใจเป้าหมายองค์กรในทิศทางเดียวกัน
- ลดความสับสนและความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในนโยบายต่างๆ
- สร้างความชัดเจนในการปฏิบัติงานและการตัดสินใจ

2. การสร้างความเชื่อมั่น (Building Confidence)

- แสดงให้เห็นถึงความมั่นคงและความชัดเจนในการบริหารงาน
- สร้างความเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์และการนำองค์กร
- เสริมสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน

3. การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง (Change Management)

- สื่อสารการเปลี่ยนแปลงสำคัญขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ
- สร้างความเข้าใจและการยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลง
- ลดแรงต้านและความกังวลของพนักงาน

1.1.2 รูปแบบการสื่อสารแบบบนลงล่างของคณะ

ก. Town Hall Meeting (อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง)

- วัตถุประสงค์: สื่อสารวิสัยทัศน์ นโยบาย และเป้าหมายองค์กรโดยตรงจากผู้บริหารระดับสูง
- รูปแบบการดำเนินการ:
 - การนำเสนอวิสัยทัศน์และนโยบายโดยผู้บริหาร
 - รายงานความก้าวหน้าของเป้าหมายองค์กร
 - เวทีเปิดสำหรับคำถามและข้อเสนอแนะ
- ผู้รับผิดชอบ: ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายพัฒนาองค์กรและทีมผู้บริหาร

ข. การประชุมระดับฝ่าย (รายเดือน)

- วัตถุประสงค์: แลกเปลี่ยนนโยบายสู่การปฏิบัติและติดตามผลในระดับฝ่าย
- รูปแบบการดำเนินการ:
 - การถ่ายทอดนโยบายสู่แผนปฏิบัติการ
 - การติดตามและรายงานผลการดำเนินงาน
 - การรับฟังความคิดเห็นจากทีมงาน
- ผู้รับผิดชอบ: Project Leader และหรือหัวหน้าฝ่ายงาน

1.2 การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน (Bottom-up Communication)

1.2.1 ความสำคัญและเหตุผล

การสื่อสารแบบล่างขึ้นบนเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมและการพัฒนาองค์กร ด้วยเหตุผลต่อไปนี้:

1. การรับรู้สถานการณ์จริง (Reality Check)

- ผู้บริหารได้รับข้อมูลจากระดับปฏิบัติการโดยตรง
- เข้าใจปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจริง
- สามารถตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่เป็นจริง

2. การสร้างการมีส่วนร่วม (Employee Engagement)

- พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร
- เพิ่มความผูกพันและความจงรักภักดีต่อองค์กร
- กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

1.2.2 รูปแบบการสื่อสารแบบล่างขึ้นบนของคณะ

ก. กล้องแสดงความคิดเห็นออนไลน์

- วัตถุประสงค์: เปิดช่องทางรับฟังเสียงสะท้อนจากพนักงาน
- รูปแบบการดำเนินการ:
 - ระบบรับข้อเสนอแนะออนไลน์
 - การรายงานปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน
 - การติดตามและตอบสนองต่อข้อเสนอแนะ
- ผู้รับผิดชอบ: งานทรัพยากรบุคคล

ข. การประชุมทีมย่อย (รายสัปดาห์ หรือทุกสองสัปดาห์)

- วัตถุประสงค์: สร้างการมีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็นในระดับปฏิบัติการ
- รูปแบบการดำเนินการ:
 - การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในทีม
 - การเสนอแนวทางปรับปรุงการทำงาน

- การติดตามงานประจำสัปดาห์
- ผู้รับผิดชอบ: หัวหน้าทีมและพนักงาน

1.3 การสื่อสารแบบแนวนราบ (Lateral Communication)

1.3.1 ความสำคัญและเหตุผล

การสื่อสารแบบแนวนราบมีความสำคัญต่อการทำงานในองค์กรสมัยใหม่ ด้วยเหตุผลดังนี้:

1. การบูรณาการการทำงาน (Work Integration)

- ลดการทำงานแบบแยกส่วน (Silo)
- เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานข้ามฝ่าย
- สร้างความร่วมมือและการประสานงานที่ดี

2. การแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)

- เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์
- พัฒนาแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศร่วมกัน
- เพิ่มขีดความสามารถขององค์กรโดยรวม

1.3.2 รูปแบบการสื่อสารแบบแนวนราบ

ก. เครือข่ายผู้ประสานงาน (Cross-function Team)

- วัตถุประสงค์: สร้างการประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างฝ่าย
- รูปแบบการดำเนินการ:
 - การแต่งตั้งตัวแทนจากแต่ละฝ่ายเข้าร่วมงาน Cross-function
 - การประชุมประสานงานรายเดือน

- การติดตามและรายงานผลการประสานงาน
- ผู้รับผิดชอบ: ตัวแทนฝ่ายต่างๆ
- ข. การแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing)
 - วัตถุประสงค์: ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์
 - รูปแบบการดำเนินการ:
 - การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้
 - การแบ่งปันแนวปฏิบัติที่ดี
 - การสร้างคลังความรู้องค์กร
 - ผู้รับผิดชอบ: ทุกหน่วยงาน

1.4 ผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการผสมผสานการสื่อสารทั้ง 3 รูปแบบ

การดำเนินการตามกลยุทธ์การสื่อสารทั้ง 3 รูปแบบอย่างมีประสิทธิภาพ จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านประสิทธิภาพการทำงาน
 - การทำงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กร
 - การลดความซ้ำซ้อนและความสูญเปล่า
 - การเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ
2. ด้านวัฒนธรรมองค์กร
 - การสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารที่เปิดกว้าง
 - การเพิ่มความผูกพันของพนักงาน
 - การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี
3. ด้านการพัฒนาองค์กร
 - การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

- การพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน
- การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

บทที่ 2: ช่องทางการสื่อสาร

ในยุคดิจิทัล การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและเหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการสื่อสารองค์กร การผสมผสานระหว่างช่องทางดิจิทัลและช่องทางดั้งเดิมอย่างเหมาะสมจะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและเข้าถึงพนักงานทุกกลุ่ม

2.1 ช่องทางดิจิทัล

ก. แอปพลิเคชัน Line สำหรับสื่อสารภายใน

- **วัตถุประสงค์:** สร้างช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายและทันสมัย
- **ฟีเจอร์หลัก:**
 - ข่าวสารองค์กรแบบ Real-time
 - ระบบแจ้งเตือนประกาศสำคัญ
 - ข้อมูลปฏิทินกิจกรรมองค์กร
 - ระบบแชทแบบกลุ่มและแบบส่วนตัวเพื่อการแบ่งปันข้อมูล
- **ผู้รับผิดชอบ:** ทุกฝ่ายงาน

ข. อีเมลภายในองค์กร

- **วัตถุประสงค์:** สื่อสารข้อมูลอย่างเป็นทางการและเป็นระบบ
- **รูปแบบการดำเนินการ:**
 - จัดหมายข่าวรายสัปดาห์
 - การแจ้งข่าวสารสำคัญ
 - รายงานความคืบหน้าโครงการ
- **ผู้รับผิดชอบ:** ทุกฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง

ค. Intranet Portal

- **วัตถุประสงค์:** เป็นศูนย์กลางข้อมูลและความรู้ขององค์กร

- องค์ประกอบหลัก:
 - ฐานความรู้องค์กร
 - ระบบจัดเก็บเอกสารสำคัญ
 - คู่มือการปฏิบัติงาน
 - ระบบ E-Learning
- ผู้รับผิดชอบ: ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2 ช่องทางออนไลน์

- บอร์ดประชาสัมพันธ์ในจุดสำคัญ
- จอดิจิทัลในพื้นที่ส่วนกลาง
- เอกสารสิ่งพิมพ์สำหรับข้อมูลสำคัญ

บทที่ 3: แผนการดำเนินงาน

แผนปฏิบัติการสื่อสารประจำปีงบประมาณ 2568

คณะโลจิสติกส์และดิจิทัลซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยนเรศวร ระยะเวลา: ตุลาคม 2567 - กันยายน 2568

3.1 การสื่อสารแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ใหม่

1. การประชุมบุคลากรประจำคณะ (Faculty Meeting)

- วัตถุประสงค์: นำเสนอแผนยุทธศาสตร์ใหม่ของคณะ
- ผู้รับผิดชอบ: คณบดีและทีมผู้บริหารคณะ
- กลุ่มเป้าหมาย: คณาจารย์และบุคลากรทุกระดับ
- เนื้อหาหลัก:
 - ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย
 - แผนพัฒนาคณะ 4 ปี
 - เป้าหมายและตัวชี้วัดสำคัญ

2. การประชุมฝ่ายงานย่อย

- จัดประชุมย่อยระดับฝ่ายงาน
- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ
- วางแผนการพัฒนางาน

3. การติดตามความก้าวหน้า

- รายงานในที่ประชุมคณะกรรมการประจำคณะ
- การประชุมติดตามผลรายไตรมาส
- จัดหมายข่าวคณะรายเดือน

3.2 การสร้างความตระหนักรู้ด้านค่านิยมองค์กร

1. โครงการส่งเสริมค่านิยมคณะ

- จัดตั้งคณะทำงานด้านวัฒนธรรมองค์กร
- workshop ร่วมกันระหว่างบุคลากร
- กำหนดพฤติกรรมที่พึงประสงค์

2. กิจกรรมส่งเสริมค่านิยม

- บูรณาการค่านิยมในการเรียนการสอน
- กิจกรรมจิตอาสาและบริการวิชาการ
- การประกวดผลงานตามค่านิยม

3. การสร้างวัฒนธรรมองค์กร

- กิจกรรม KM แลกเปลี่ยนเรียนรู้
- การยกย่องบุคลากรดีเด่น
- การสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ (PLC)

3.3 การสื่อสารแผนสำคัญต่างๆ

1. แผนพัฒนาบุคลากรและ IDP

- การพัฒนาศักยภาพบุคลากร
- การติดตามการพัฒนา

2. แผนบริหารความเสี่ยง

- การสร้างความเข้าใจ
 - ประเด็นความเสี่ยงของคณะ
 - แนวทางการจัดการความเสี่ยง
 - การรายงานความเสี่ยง

- การติดตามความเสี่ยง
 - o การประชุมคณะกรรมการบริหารความเสี่ยง
 - o การรายงานสถานะความเสี่ยง
 - o การทบทวนมาตรการจัดการความเสี่ยง

3. แผนการเงิน

- การบริหารงบประมาณ
 - o แผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี
 - o การจัดสรรงบประมาณโครงการ
 - o การติดตามการใช้งบประมาณ
- การรายงานการเงิน
 - o รายงานการใช้จ่ายรายไตรมาส
 - o การปรับแผนงบประมาณ
 - o แนวทางการบริหารต้นทุน

3.4 สื่อสารและรับฟังเสียงบุคลากร

1. จัดรับฟัง What's on your mind

- o หัวหน้างานรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรในทีม
- o นำมาสรุปและนำเสนอต่อคณบดี

2. สื่อสารคณาจารย์

- o จัดกิจกรรมสื่อสารแก่คณาจารย์ในประชุมกรรมการวิชาการคณะฯ
- o อย่างน้อย 4 ครั้ง/ปี

3.5 แผนปฏิบัติการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
1. การสื่อสารแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์					
- จัด Town Hall ประชุมบุคลากรประจำคณะ	คณบดีและผู้บริหาร	◆			
- ประชุมกรรมการคณะฯ	คณะกรรมการฯ	◆	◆	◆	◆
- ประชุมฝ่ายงานย่อย	Product Leader หรือหัวหน้างาน	◆	◆	◆	◆
- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ยุทธศาสตร์	ผู้ช่วยฝ่ายพัฒนางานองค์กร	◆			
2. การสร้างความตระหนักค่านิยมองค์กร					
- จัดตั้งคณะทำงานวัฒนธรรมองค์กร	รองฯ ฝ่ายบริหาร	◆			
- จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ค่านิยมองค์กร	คณะทำงานวัฒนธรรมฯ	◆	◆	◆	◆
- จัดกิจกรรมส่งเสริมค่านิยมองค์กร	คณะทำงานวัฒนธรรมฯ		◆	◆	◆
- จัดทำประเมินสมรรถนะตามค่านิยมองค์กร	คณะทำงานวัฒนธรรมฯ				◆
- ยกย่องบุคลากรดีเด่น	คณะกรรมการฯ				◆
3. การสื่อสารแผนพัฒนาบุคลากร					
- ประชาสัมพันธ์แผนพัฒนาฯ	หน่วยงานแผนฯ	◆			
- จัดอบรมพัฒนาบุคลากร	หน่วยงานแผนฯ	◆	◆	◆	◆
- ติดตามการพัฒนารายบุคคล	หน่วยงานแผนฯ	◆	◆	◆	◆
4. การสื่อสารแผนบริหารความเสี่ยง					

กิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4
- ประชุมชี้แจงแผนความเสี่ยง	หน่วยงานแผนฯ	◆			
- รายงานและติดตามการบริหารความเสี่ยง	หน่วยงานแผนฯ		◆		◆
5. การสื่อสารแผนการเงิน					
- ชี้แจงแผนงบประมาณประจำปี		◆			
- รายงานการใช้จ่ายงบประมาณ			◆		◆
- การปรับปรุงงบประมาณ			◆	◆	
6. สื่อสารและรับฟังบุคลากร					
- หัวหน้างานรับฟัง What's on your mind		◆	◆	◆	◆
- กิจกรรมสื่อสารคณาจารย์		◆	◆	◆	◆

บทที่ 4: การติดตามและประเมินผล

4.1 ตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs)

1. เชิงปริมาณ

- แผนการสื่อสารที่ได้รับการอนุมัติ 100%
- ระดับการรับรู้ของบุคลากร $\geq 80\%$
- อัตราการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสื่อสาร เช่น
 - Town Hall Meeting มีผู้เข้าร่วม $\geq 90\%$
 - กิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ หรือ KM มีผู้เข้าร่วม $\geq 80\%$

2. เชิงคุณภาพ

- ความพึงพอใจต่อการสื่อสารองค์กรโดยรวม $\geq 85\%$
- คุณภาพของการสื่อสารวัดจากแบบประเมิน $\geq 80\%$
- ระดับความเข้าใจในนโยบายและเป้าหมายองค์กร $\geq 85\%$

4.2 วิธีการประเมิน

1. แบบสำรวจความพึงพอใจ

- ความถี่: ทุกไตรมาส
- กลุ่มเป้าหมาย: พนักงานทุกระดับ
- ประเด็นการประเมิน:
 - ประสิทธิภาพของช่องทางการสื่อสาร
 - ความพึงพอใจต่อนเนื้อหาการสื่อสาร
 - ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้รับ
 - ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

2. การประเมินเชิงคุณภาพ

ก. การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

- ความถี่: ปีละ 1 ครั้ง
- กลุ่มเป้าหมาย:
 - ผู้บริหารระดับสูง
 - หัวหน้าฝ่ายงาน
 - พนักงานระดับปฏิบัติการ
- ประเด็นการสัมภาษณ์:
 - ประสิทธิภาพของการสื่อสาร
 - ปัญหาและอุปสรรค
 - ข้อเสนอแนะเชิงลึก

ข. การทำแบบทดสอบ

- เช่น เกี่ยวกับความเข้าใจแผนยุทธศาสตร์ ค่านิยมองค์กร เป็นต้น
- กลุ่มเป้าหมาย: บุคลากรทุกคน

4.3 การรายงานผล

1. รายงานประจำไตรมาส

- สรุปผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด
- วิเคราะห์แนวโน้มและการเปลี่ยนแปลง
- ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง
- นำเสนอต่อคณะผู้บริหาร

2. รายงานประจำปี

- สรุปผลการดำเนินงานทั้งปี
- เปรียบเทียบผลกับเป้าหมาย
- วิเคราะห์ความสำเร็จและความท้าทาย
- ข้อเสนอแนะสำหรับแผนปีถัดไป

4.4 การนำผลประเมินไปใช้

1. การปรับปรุงระยะสั้น

- ปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสาร
- แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า
- ปรับเปลี่ยนกิจกรรมตามความเหมาะสม

2. การพัฒนาระยะยาว

- วางแผนพัฒนาระบบการสื่อสาร
- ปรับปรุงโครงสร้างและกระบวนการ