

แผนปฏิบัติการประจำปี 2567

(1 ตุลาคม 2566 – 30 กันยายน 2567)



กองประชาสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คำนำ

แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของกองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จัดทำขึ้นเพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติการของมหาวิทยาลัย ซึ่งได้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT) ของกองประชาสัมพันธ์ ว่ามีจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และภัยคุกคามมากน้อยเพียงใด เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบงานภายในกองประชาสัมพันธ์ให้มีระบบบริหารจัดการงานที่ดีขึ้น และสามารถปฏิบัติได้บรรลุวัตถุประสงค์ตามปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจในเป็นหน่วยงานสนับสนุนการบริหารของมหาวิทยาลัยที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด และโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสอดคล้องกับตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย และสอดคล้องกับตัวชี้วัด สำนักงานอธิการบดี

กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ฉบับนี้ จะเป็นเครื่องมือสำหรับการบูรณาการแปลงแผนสู่การปฏิบัติที่ชัดเจนและผลักดันให้การดำเนินการในภารกิจต่าง ๆ ให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์

กองประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

สารบัญ

คำนำ.....	ก
สารบัญ	ข
ส่วนที่ 1 บริบทของกองประชาสัมพันธ์.....	1
1.1 โครงสร้างองค์กรและโครงสร้างการบริหารจัดการ/แผนภูมิการแบ่งส่วนงาน	1
1.2 โครงสร้างการบริหารจัดการ	2
1.3 ค่านิยม วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ ค่านิยม ของหน่วยงาน	3
1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมกองประชาสัมพันธ์	5
1.5 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี มทร.ล้านนา.....	12
1.6 รายละเอียดนโยบายและการดำเนินการขับเคลื่อนกองประชาสัมพันธ์.....	14
1.7 แผนพัฒนาบุคลากร	21
1.8 แผนการจัดการองค์ความรู้.....	58
ส่วนที่ 2 แผนปฏิบัติการราชการ กองประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2567.....	63
2.1 ตัวชี้วัดมหาวิทยาลัย.....	65
2.2 ตัวชี้วัด สำนักงานอธิการบดี.....	67
2.3 แผนปฏิบัติการราชการกองประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2567	68
2.4 รายละเอียดโครงการและงบประมาณ	75

ส่วนที่ 1 บริบทของกองประชาสัมพันธ์

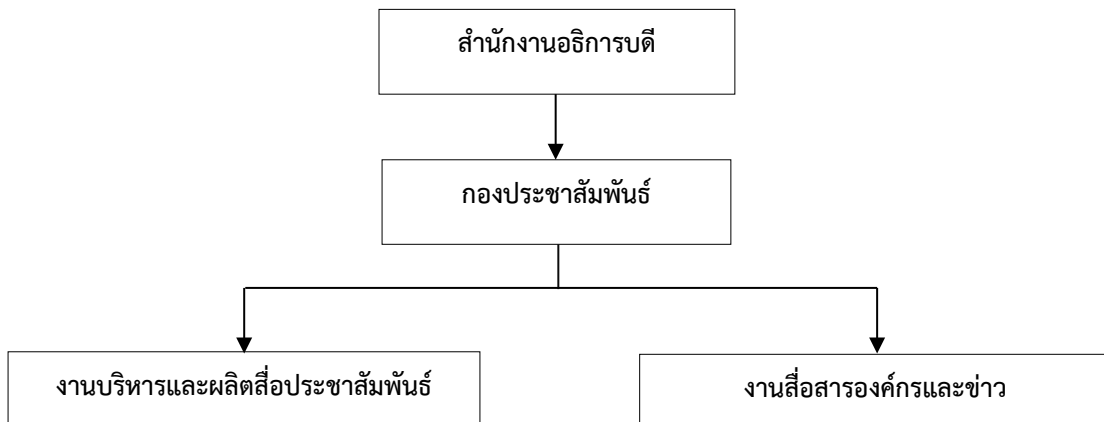
กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดสำนักงานอธิการบดี มีหน้าที่เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารข้อมูล กิจกรรม ชี้แจงข้อเท็จจริง ให้ข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา รวมทั้งการดำเนินการด้านความร่วมมือกับต่างประเทศเพื่อรองรับภารกิจ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ฯ ให้สอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของมหาวิทยาลัยโดยมีภาระหน้าที่ ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นมหาวิทยาลัย ซึ่งมีมาตรฐานและคุณภาพทาง วิชาการเป็นที่ยอมรับในระดับชาติ รวมทั้งให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบถึงกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนาได้ดำเนินการในทุกภารกิจอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ทั้งในระดับภายในมหาวิทยาลัย ภายในประเทศ และระดับนานาชาติ

และประกาศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เรื่อง การแบ่งส่วนราชการและส่วนงานภายใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พ.ศ. 2563 ลงวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ให้แบ่งส่วนราชการใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เป็นงาน โดยกองประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 2 กลุ่มงาน คือ

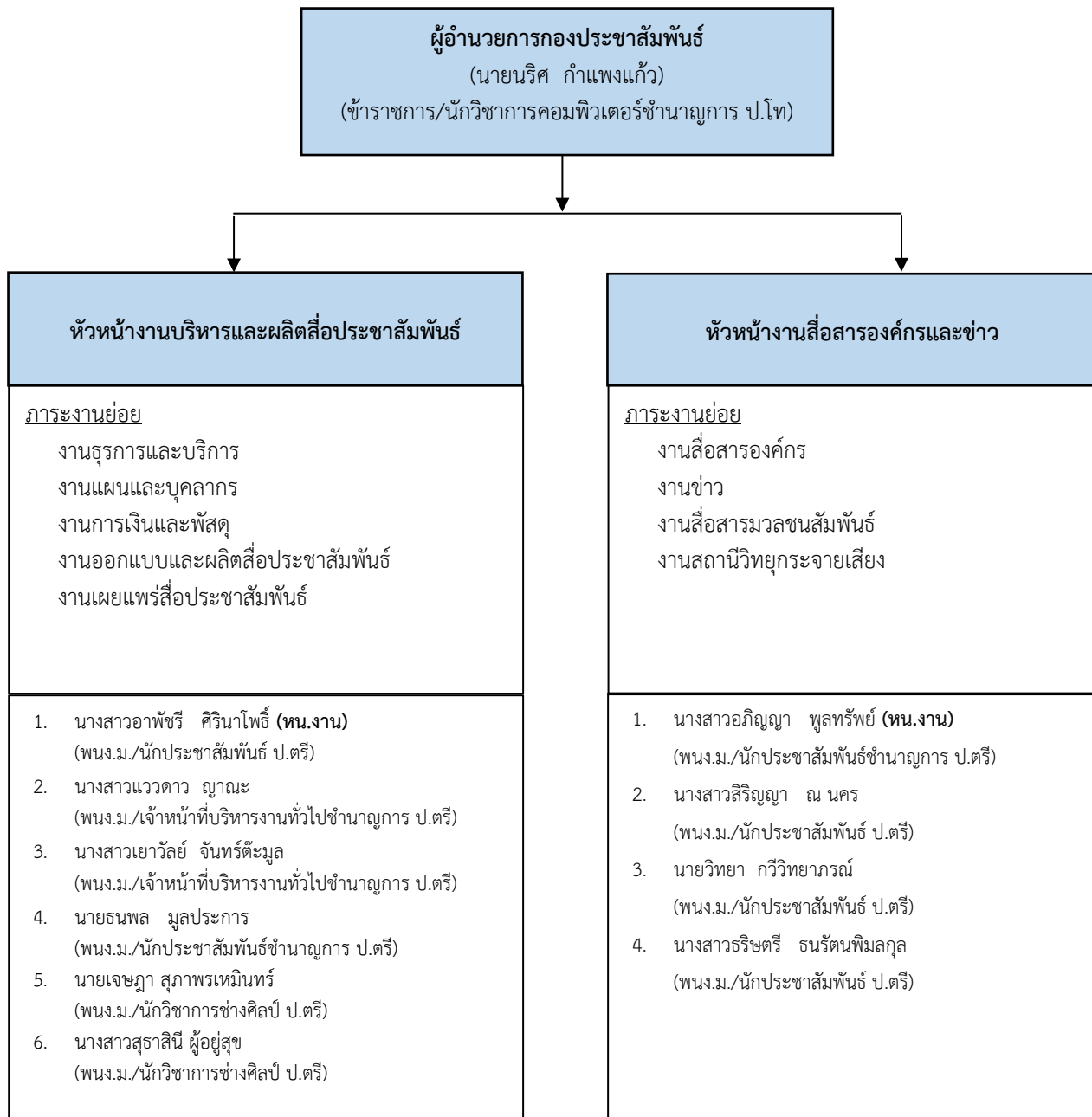
1. งานบริหารและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
2. งานสื่อสารองค์กรและข่าว

1.1 โครงสร้างองค์กรและโครงสร้างการบริหารจัดการ/แผนภูมิการแบ่งส่วนงาน

การแบ่งส่วนราชการและส่วนงานภายใน กองประชาสัมพันธ์ (ประกาศ ณ 11 กุมภาพันธ์ 2563)



1.2 โครงสร้างการบริหารจัดการ



1.3 ค่านิยม วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย วัตถุประสงค์ กลยุทธ์ ค่านิยม ของหน่วยงาน

ค่านิยมร่วม

(Core Value) ใส่ใจการสื่อสาร บริการดี มีคุณภาพ

วิสัยทัศน์ (Vision)

หน่วยงานสนับสนุนการบริหารการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล

พันธกิจ (Mission)

M1 : สร้างและปรับการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อประชาคมอย่างต่อเนื่อง

M2 : สื่อสารเพื่อสร้างชื่อเสียงและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย

M3 : สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

M4 : พัฒนาฐานข้อมูลเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

M5 : พัฒนาสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

M6 : ดำเนินการติดตามผลการประเมินการสื่อสารประชาสัมพันธ์

M7 : ส่งเสริมให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีทัศนคติเชิงบวกและมีบทบาทด้านการประชาสัมพันธ์กับองค์กร

นโยบาย (Policy)

นโยบายที่ 1 (P1) : เร่งสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียม ทันสมัย ทัดเทียมมหาวิทยาลัยชั้นนำ

นโยบายที่ 2 (P2) : สื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

นโยบายที่ 3 (P3) : พัฒนสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์

นโยบายที่ 4 (P4) : สร้างศักยภาพให้บุคลากรมหาวิทยาลัยเป็นนักประชาสัมพันธ์และมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ (Objectives)

O1 : เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาคมรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยอย่างถูกต้องและต่อเนื่อง

O2 : สร้างทัศนคติเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย

O3 : สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมของเครือข่ายและกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

O4 : สร้างคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

O5 : เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์

O6 : ประเมินผลการสื่อสารการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

O7 : เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร

กลยุทธ์ (Strategies)

- S1 : พัฒนาประเด็นเนื้อหาสาร (Key Message) วิธินำเสนอสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- S2 : สื่อสารประเด็นเนื้อหาสารเกี่ยวกับการดำเนินงานสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในภายนอก
- S3 : สื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้มีเอกภาพภายใต้ค่านิยมและวัฒนธรรมที่สอดคล้อง
- S4 : สื่อสารประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรผ่านเครือข่าย เพื่อขยายผลในการสร้างทัศนเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย
- S5 : สื่อสารสร้างการรับรู้ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก
- S6 : ทบทวนและขยายเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย
- S7 : รณรงค์สร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายตามยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย
- S8 : สร้างระบบคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
- S9 : บริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยให้ถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน
- S10 : สร้างทักษะการใช้ฐานข้อมูลการสื่อสารและทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ
- S11 : บริหารจัดการให้มีการติดตามประเมินผลทั้งในระดับยุทธศาสตร์และระดับแผนงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนำข้อมูลจากการรายงานผลไปใช้ในการพัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพ
- S12 : สื่อสารค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กรให้แก่บุคลากรมหาวิทยาลัยที่ส่งเสริมบทบาทการเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร
- S13 : สร้างทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทในการเป็น Brand ambassador

1.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองประชาสัมพันธ์

เครื่องมือการวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร (McKinsey's 7s)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรผ่านเครื่องมือ McKinsey's 7s ทำให้ทราบถึงการดำเนินงานภายในองค์กร ในภาพรวมที่สามารถส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารขององค์กร โดยมีองค์ประกอบในการวิเคราะห์ที่สำคัญ 7 ด้านหลัก ได้แก่

1. Strategy: แผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานขององค์กร
2. Structure: โครงสร้างองค์กร รวมถึงหน้าที่และความรับผิดชอบ
3. Skills: ชีตความรู้และทักษะเฉพาะด้านของบุคลากรในองค์กร
4. Staff: จำนวนและความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กร
5. Style: รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร
6. Systems: กระบวนการทำงานขององค์กร
7. Shared Values: ค่านิยมร่วมขององค์กรที่สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินงาน

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร

1. Strategy: แผนกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานขององค์กร: ปัจจุบันมหาวิทยาลัย รวมถึงสำนักงานอธิการบดี ได้มีการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างชัดเจน โดยได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนา มหาวิทยาลัย รวมถึงแผนปฏิบัติราชการของสำนักงานอธิการบดี เพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ประโยชน์และพัฒนาแผนปฏิบัติราชการของแต่ละหน่วยงานได้อย่างเหมาะสม แต่อย่างไรก็ตาม การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ยังขาดการกำหนดทิศทางและรายละเอียดในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแผนระดับมหาวิทยาลัยดังกล่าว ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานยังไม่บรรลุเป้าหมายอย่างเป็นรูปธรรม

2. Structure: โครงสร้างองค์กร รวมถึงหน้าที่และความรับผิดชอบ: โครงสร้างของมหาวิทยาลัยเป็นโครงสร้างการบริหารงานแบบพื้นที่ จำนวน 6 พื้นที่ประกอบด้วย เชียงราย เชียงใหม่ ลำปาง ตาก น่าน พิชณุโลก และมีจำนวนบุคลากรมากกว่า 2,000 คน (บุคลากรสำนักงานอธิการบดี จำนวน 197 คน) และนักศึกษากว่า 18,000 คน จึงสามารถทำการสื่อสารผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ครอบคลุมพื้นที่บริเวณกว้าง แต่อย่างไรก็ตามการมีกลุ่มประชากรที่หลากหลายกลุ่มและหลากหลายประเภท รวมถึงโครงสร้างระบบสายบังคับบัญชาที่มีความซับซ้อน จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้การสื่อสารภายในองค์กรระหว่างผู้บริหารและกลุ่มเป้าหมาย (บุคลากร นักศึกษา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) มีความล่าช้าและอาจทำให้ข้อมูลเกิดการบิดเบือนหรือตกหล่น

3. Skills: ชีตความรู้และทักษะเฉพาะด้านของบุคลากรในองค์กร : บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ของมหาวิทยาลัยมีความเข้าใจถึงความต้องการของพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อในพื้นที่เป้าหมาย แต่ยังคงขาดทักษะการจัดทำหรือผลิตสื่อสมัยใหม่ เพื่อการสื่อสารที่เท่าทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงบางส่วนยังขาดหัวใจในการให้บริการ (Service Mind) จึงส่งผลให้การสื่อสารถึงผู้รับบริการหรือกลุ่มเป้าหมายไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

4. Staff: จำนวนและความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กร : ปัจจุบันปริมาณบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะเพื่อการทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนั้น มีไม่เพียงพอทั้งในพื้นที่ส่วนกลาง และพื้นที่ส่วนจังหวัด รวมถึงหน่วยงานในสังกัดคณะของมหาวิทยาลัย จึงทำให้การสื่อสารและการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ค่อนข้างจำกัด

5. Style: รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร : ผู้บริหารมหาวิทยาลัยมีแนวคิดและให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กร โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาสร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการขับเคลื่อนงาน โดยมุ่งให้เกิดการพัฒนากลไกการสื่อสารให้เกิดความต่อเนื่องในทุกระดับ แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อปัญหาที่ก่อเกิดการสื่อสารที่ตกหล่น ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารขาดประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสาเหตุของปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานรวมถึงภาพลักษณ์ขององค์กร

6. Systems: กระบวนการทำงานขององค์กร : ผู้บริหารมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการสื่อสาร เพื่อสร้างกระบวนการสนับสนุนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือ แต่ด้วยกลไกของการทำงานรูปแบบระบบราชการบางประการ จึงทำให้ผลลัพธ์การสื่อสารเกิดความล่าช้าไม่เท่าทันต่อการพลวัตของข้อมูล รวมถึงการบริหารงานที่นโยบายที่แตกต่างของหน่วยงาน รวมถึงการขาดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พิจารณาความต้องการที่แท้จริง จึงส่งผลให้การสื่อสารไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

7. Shared Values: ค่านิยมร่วมขององค์กรที่ สอดคล้องกับเป้าหมายการดำเนินงาน : บุคลากรมหาวิทยาลัยมีความรักและพร้อมจะปกป้องชื่อเสียงขององค์กร แต่อย่างไรก็ตามบุคลากรบางกลุ่มที่มีระยะเวลาการทำงานมายาวนานจะมีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก ส่งผลให้การใช้สื่อ หรือการสื่อสารในประเด็นหรือข้อมูลใหม่ๆ ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มบุคลากรดังกล่าวได้

เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (PESTEL)

เนื่องจากในปัจจุบันสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรมีการผันแปรตลอดเวลาและสามารถส่งผลกระทบต่อทั้งในทางตรง (Direct) และทางอ้อม (Indirect) ต่อการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นการวิเคราะห์และศึกษา สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินงาน โดยในกรณีนี้การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรจะเป็นการเลือกเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารของมหาวิทยาลัยผ่านเครื่องมือ PESTEL โดยมีองค์ประกอบในการวิเคราะห์ที่สำคัญ 6 ด้านหลัก ได้แก่

1. การวิเคราะห์ปัจจัยทางนโยบายจากภาครัฐและสถานการณ์ทางการเมือง (Policies/Political)
2. การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economics)
3. การวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคม (Social)
4. การวิเคราะห์ปัจจัยทางเทคโนโลยี(Technologies)
5. การวิเคราะห์ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (Environment)
6. การวิเคราะห์ปัจจัยทางกฎหมาย (Legislations)

ปัจจัยภายนอก	ประเด็น	ผลกระทบต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์
1. ปัจจัยทางนโยบาย จากภาครัฐและ สถานการณ์ทางการเมือง (Policies/Political)	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมและขยายผลงานวิจัยจากหน่วยงานวิจัยมหาวิทยาลัย สถาบันอาชีวศึกษา ภาคเอกชน และองค์กร เกษตรกร เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยและ สร้างการมีส่วนร่วมของผู้พัฒนาเทคโนโลยีและผู้ใช้งาน - การปรับปรุงโครงสร้างและระบบบริหารงานของภาครัฐให้ สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททาง เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีได้
	นโยบายและแผน ระดับชาติว่าด้วยการ พัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม พ.ศ.2560	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลประสิทธิภาพสูงให้ ครอบคลุมทั่วประเทศ - การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล - การสร้างสังคมคุณภาพที่ทั่วถึงเท่าเทียมด้วยเทคโนโลยี ดิจิทัล - ปรับเปลี่ยนภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล - พัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล
	หลักการและแนวทางการ กำกับดูแลที่ดี	กรอบในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสุจริตมีการ เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วน ร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงาน
2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economics)	การเติบโตทางเศรษฐกิจ	เศรษฐกิจที่เติบโต ทำให้ผู้บริโภคมีระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น วิธีการเสพส้อมมีการเปลี่ยนแปลงไป
3. ปัจจัยทางสังคม (Social)	พฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ	<ul style="list-style-type: none"> - การเติบโตของการใช้ Smart Phone ที่เพิ่มขึ้นสูงทั่ว ประเทศ - ประชากรไทยมีการใช้สื่อ Social Media เพิ่มขึ้นอย่าง รวดเร็ว - พฤติกรรมใช้สื่อหลายช่องทางในเวลาเดียวกัน ส่งผลต่อ ระดับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
4. ปัจจัยทาง เทคโนโลยี (Technologies)	เทคโนโลยีการสื่อสารไร้ สาย เครือข่าย 4G 5G	<ul style="list-style-type: none"> - การรับส่งข้อมูลทั้งด้านภาพและเสียงมีประสิทธิภาพและ รวดเร็วยิ่งขึ้น - ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างง่ายดายและทั่วถึง - เทคโนโลยีส่งผลให้การใช้อุปกรณ์พกพาเพื่อการสื่อสารมีมี จำนวนเพิ่มมากขึ้น - เทคโนโลยีสื่อ Social Media ส่งเสริมทำให้การตลาด ออนไลน์มากยิ่งขึ้น
	การผลิต Smart Phone ราคาถูกลง	การผลิต Smart Phone สู้ตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีราคา ถูกลงและมีระบบสามารถรองรับเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ได้

ปัจจัยภายนอก	ประเด็น	ผลกระทบต่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์
5. ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม (Environment)	การรณรงค์การลดใช้กระดาษ	แนวโน้มการรณรงค์ลดการใช้ตลาดของผู้บริโภค โดยมีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถทดแทนการใช้งานของกระดาษได้
	การใส่ใจสิ่งแวดล้อม	ผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงลบกับองค์กรที่มีการดำเนินงานที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ปัจจัยทางกฎหมาย (Legislations)	- พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ 2540 - พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล	การมีข้อจำกัดในด้านกฎหมาย ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในภาพรวม

เครื่องมือการวิเคราะห์ภาพรวมขององค์กร (SWOT)

การวิเคราะห์ปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลกระทบในภาพรวมต่อองค์กรผ่านเครื่องมือ SWOT โดยมี องค์ประกอบหลักในการวิเคราะห์ที่สำคัญทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

- จุดแข็ง (Strengths) : ปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์
- จุดอ่อน (Weaknesses) : ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์

จุดแข็ง(Strengths)	เหตุผล
S1 การให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์	- ผู้บริหารมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ สนับสนุนให้มีการเผยแพร่และดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานโดยใช้ทุกช่องทางการสื่อสารของมหาวิทยาลัย
S2 การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัย	- มีการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยที่ประสานการทำงานร่วมกันระหว่างส่วนกลางและพื้นที่
S3 การประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์	- มีการสื่อสารและการประสานงานภายในกลุ่มประชาสัมพันธ์ เช่น การประชุม หนังสือสั่งการ กลุ่มโซเชียลมีเดีย - มีเครือข่ายการประสานงานภายนอกที่หลากหลายและมีความสัมพันธ์ที่ร่วมกับเครือข่าย
S4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มสื่อมวลชนและสื่ออื่น	- กองประชาสัมพันธ์มีเครือข่ายสื่อมวลชนที่เข้มแข็งและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มสื่อมวลชน - มีการให้ข้อมูลข่าวสารและประสานงานกับสื่อมวลชนผ่านช่องทางและกิจกรรมที่หลากหลาย

จุดอ่อน (Weakness)	เหตุผล
W1 การกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์	- ยังไม่มีการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนเน้นไปที่ตัวบุคคลและงานเฉพาะหน้า ไม่สอดคล้องกับภารกิจหลัก
W2 การประชาสัมพันธ์สนับสนุนแผนการพัฒนาของมหาวิทยาลัย	- ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนแผนการพัฒนาของมหาวิทยาลัยในทิศทางเดียวกัน
W3 ทักษะและการพัฒนาทักษะของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์	- ขาดการพัฒนาบุคลากรโดยรวมให้รองรับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ
W4 การสื่อสารข้อมูลข่าวสารภายใน	- ขาดการสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในด้วยช่องทางที่มีประสิทธิภาพ
W5 งบประมาณและทรัพยากรในการดำเนินการประชาสัมพันธ์	- งบประมาณและทรัพยากรสนับสนุน ไม่เพียงพอในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

1. โอกาส (Opportunities) : ปัจจัยที่สามารถเอื้อประโยชน์และช่วยส่งเสริมการสื่อสารประชาสัมพันธ์
2. อุปสรรค (Threats) : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานและเป็นข้อจำกัดในด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์

โอกาส (Opportunity)	เหตุผล
O1 การเป็นพลเมืองดิจิทัล	- การเข้าถึงเทคโนโลยีและเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ได้อย่างสะดวกรวดเร็วทำให้การสื่อสารของหน่วยงานเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น เป็นการสื่อสารสองทิศทางที่ก่อให้เกิดความเท่าทันเหตุการณ์และทันสมัย
O2 ความพร้อมและการเข้าถึงสื่อและเทคโนโลยีของผู้คน	- ปัจจุบันผู้คนมีความพร้อมในการเข้าถึงสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสารที่หลากหลาย ทันสมัย และมีอุปกรณ์การสื่อสาร ทำให้สร้างโอกาสในการสื่อสารกับผู้คนได้หลากหลายช่องทางและครอบคลุมกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และก่อให้เกิดการรับฟังความคิดเห็นกับผู้รับบริการได้มากยิ่งขึ้น
O3 การพัฒนาด้านการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี	- ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัย น่าสนใจ และตลอดเวลา ก่อเกิดทางเลือกในการประชาสัมพันธ์ที่มากยิ่งขึ้น

โอกาส (Opportunity)	เหตุผล
O4 แร่งกระตุ้นของสื่อและเทคโนโลยี	- การแข่งขันของผู้ให้บริการ ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อและเทคโนโลยีและเทคโนโลยีได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วและครอบคลุมได้มากยิ่งขึ้น
O5 การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย	- การดำเนินงานของมหาวิทยาลัยที่มุ่งให้เกิดการทำงานร่วมกับชุมชน สังคม ทำให้ประชาชนและสื่อมวลชนเกิดการติดตามการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยมากยิ่งขึ้น
T1 ผลกระทบทางการเมือง ต่อโอกาสในการทำงานของมหาวิทยาลัย	- ความขัดแย้งทำให้ผู้บริหารมหาวิทยาลัยถูกวิจารณ์ในเชิงลบและกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรได้ง่าย
T2 การรับรู้ ความเชื่อมั่น และความร่วมมือของกลุ่มเป้าหมายต่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย	- ผู้คนไม่มีความเข้าใจในขั้นตอนกระบวนการดำเนินงานของระบบการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น
T3 สภาวะด้านประชากร	- ลักษณะสังคมมหาวิทยาลัยที่มีความหลากหลายในเชิงโครงสร้างของกลุ่มประชากร ทำให้การประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุมและทั่วถึงทำได้ค่อนข้างยาก
T4 ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - ภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงทำให้ต้องใช้งบประมาณเพิ่มขึ้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ - ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ทำให้ผู้คนสนใจในความเป็นอยู่ของตัวเองมากกว่าการเปิดรับข่าวสารจากราชการ

กลยุทธ์ทางเลือก TOWs Matrix การประชาสัมพันธ์

<p style="text-align: center;">ปัจจัยแวดล้อมภายใน</p> <p style="text-align: center;">ปัจจัยแวดล้อมภายนอก</p>	<p>Strengths</p> <p>S1 การให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์</p> <p>S2 การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัย</p> <p>S3 การประสานงานด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>S4 ความสัมพันธ์กับกลุ่มสื่อมวลชนและสื่ออื่น</p>	<p>Weaknesses</p> <p>W1 การกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>W2 การประชาสัมพันธ์สนับสนุนแผนการพัฒนาของมหาวิทยาลัย</p> <p>W3 ทักษะและการพัฒนาทักษะของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์</p> <p>W4 การสื่อสารข้อมูลข่าวสารภายใน</p> <p>W5 งบประมาณและทรัพยากรในการดำเนินการประชาสัมพันธ์</p>
<p>Opportunities</p> <p>O1 การเป็นพลเมืองดิจิทัล</p> <p>O2 ความพร้อมและการเข้าถึงสื่อและเทคโนโลยีของผู้คน</p> <p>O3 การพัฒนาด้านการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี</p> <p>O4 แรงกระตุ้นของสื่อและเทคโนโลยี</p> <p>O5 การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย</p>	<p>ยุทธศาสตร์เชิงรุก : (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผลักดันกองประชาสัมพันธ์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์และบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ [S1+O2, O3, O4, O5] 2. สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีและการเป็นพลเมืองดิจิทัล [S1, S2, S4, O1, O2, O3] 3. พัฒนาการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย [S1, S3, S4, O2] 	<p>ยุทธศาสตร์เชิงพัฒนา : (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีความรู้ ทักษะ ด้านการสื่อสารและเทคโนโลยี [W3+O1, O2, O3, O4] 2. ส่งเสริมให้มีการกำหนดกรอบแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับแผนการพัฒนามหาวิทยาลัย [W1, W2 + O5]
<p>Threats</p> <p>T1 ผลกระทบความขัดแย้งภายในมหาวิทยาลัย</p> <p>T2 การรับรู้ ความเชื่อมั่น และความร่วมมือของกลุ่มเป้าหมายต่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย</p> <p>T3 สภาวะด้านประชากร</p> <p>T4 ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ</p>	<p>ยุทธศาสตร์เชิงรับ : (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เสริมสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้สู่กลุ่มเป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ [T2 T3 T4 + S1 S4] 2. รักษาความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มสื่อมวลชน เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สนับสนุนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี [T2 T3 T4 + S1 S4] 	<p>ยุทธศาสตร์เชิงปรับเปลี่ยน : (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ [W3, W5 + T4] 2. ผลักดันให้เกิดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย [W, W2, + T1, T2] 3. ทบทวนการใช้สื่อ/กิจกรรม ในการประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย [W4 + T3]

1.5 การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์กองประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี มทร.ล้านนา

สอดรับนโยบาย (Policy)				พันธกิจ (Mission)
P1	P2	P3	P4	
✓				M1 : สร้างและปรับการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อประชาคมอย่างต่อเนื่อง
✓				M2 : สื่อสารเพื่อสร้างชื่อเสียงและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย
	✓			M3 : สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย
		✓		M4 : พัฒนาฐานข้อมูลเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
		✓		M5 : พัฒนาสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
		✓		M6 : ดำเนินการติดตามผลการประเมินการสื่อสารประชาสัมพันธ์
			✓	M7 : ส่งเสริมให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีทัศนคติเชิงบวกและมีบทบาทด้านการประชาสัมพันธ์กับองค์กร

สอดรับภารกิจ (Mission)							วัตถุประสงค์ (Objectives)
M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	
✓							O1 : เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาคมรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยอย่างถูกต้องและต่อเนื่อง
	✓						O2 : สร้างทัศนคติเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย
		✓					O3 : สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมของเครือข่ายและกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย
			✓				O4 : สร้างคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
				✓			O5 : เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์
					✓		O6 : ประเมินผลการสื่อสารการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง
						✓	O7 : เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร

สอดรับภารกิจ (Objective)							กลยุทธ์ (Strategies)
O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	
✓							S1 : พัฒนาประเด็นเนื้อหาสาร (Key Message) วิธึนำเสนอสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
✓							S2 : สื่อสารประเด็นเนื้อหาสารเกี่ยวกับการดำเนินงานสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในภายนอก
	✓						S3 : สื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้มีเอกภาพภายใต้ค่านิยมและวัฒนธรรมที่สอดรับ
	✓						S4 : สื่อสารประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรผ่านเครือข่าย เพื่อขยายผลในการสร้างทัศนเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย
		✓					S5 : สื่อสารสร้างการรับรู้ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก
		✓					S6 : ทบทวนและขยายเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย
		✓					S7 : ผนวกรวมการสร้างมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายตามยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย
			✓				S8 : สร้างระบบคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
			✓				S9 : บริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยให้ถูกต้องครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน
				✓			S10 : สร้างทักษะการใช้ฐานข้อมูลการสื่อสารและทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ
					✓		S11 : บริหารจัดการให้มีการติดตามประเมินผลทั้งในระดับยุทธศาสตร์และระดับแผนงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนำข้อมูลจากรายงานผลไปใช้ในการพัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพ
						✓	S12 : สื่อสารค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กรให้แก่บุคลากรมหาวิทยาลัยที่ส่งเสริมบทบาทการเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร
						✓	S13 : สร้างทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทในการเป็น Brand ambassador

1.6 รายละเอียดนโยบายและการดำเนินการขับเคลื่อนกองประชาสัมพันธ์

นโยบายที่ P1
 เร่งสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัย
 ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเท่าเทียม ทันสมัย ทัดเทียมมหาวิทยาลัยชั้นนำ

โครงการสำคัญที่สอดคล้องกับนโยบายที่ 1

1. โครงการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย
2. โครงการ/กิจกรรม ประชาสัมพันธ์ด้านการบริหารจัดการมหาวิทยาลัย
 - การจัดงานสื่อมวลชนสัมพันธ์
 - การตรวจสอบ รวบรวมวิเคราะห์ความเห็นของประชาคมในโซเชียลมีเดีย
 - การประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ปกติและสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์
 - การส่งเสริมความเข้าใจประชาชนบนป้ายโฆษณาและเอกสารสิ่งพิมพ์
 - การสำรวจการรับรู้ของประชาคม ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของมหาวิทยาลัย
3. โครงการพัฒนาประเด็นสื่อสารเกี่ยวกับการดำเนินงานและประโยชน์ที่ประชาคมจะได้รับ
4. โครงการนำเสนอภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

พันธกิจ M1 : สร้างและปรับการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อประชาคมอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ O1 : เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาคมรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยอย่างถูกต้องและต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 1 : พัฒนาประเด็นเนื้อหาสาร (Key Message) วิธินำเสนอสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
มาตรการ

1. สำรวจความต้องการข่าวสารที่ประชาคมให้ความสนใจและต้องการ เพื่อการสนับสนุนประเด็นเนื้อหา
2. แต่งตั้งคณะทำงาน/ประชุม พัฒนาประเด็นเนื้อหาสารเกี่ยวกับการดำเนินงานและประโยชน์ที่ประชาคมจะได้รับ
3. ติดตามประเมินผลประเด็นเนื้อหาของข้อมูลเพื่อการเผยแพร่

กลยุทธ์ที่ 2 : สื่อสารประเด็นเนื้อหาสารเกี่ยวกับการดำเนินงานสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในภายนอก
มาตรการ

1. สำรวจพฤติกรรมมารับสื่อกลุ่มเป้าหมาย
2. ทบทวนช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่และการเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับประเด็นสื่อสารและกลุ่มเป้าหมาย
3. สื่อสารการดำเนินงานไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก
4. ติดตามผลการรับรู้จากประชาคม

พันธกิจ M2 : สื่อสารเพื่อสร้างชื่อเสียงและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ O2 : สร้างทัศนคติเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ที่ 3 : สื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้มีเอกภาพภายใต้ค่านิยมและวัฒนธรรมที่สอดรับ

มาตรการ

1. ทบทวนภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัย (Current image)
2. กำหนดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้เป็นเอกภาพ (Corporate image)
3. สื่อสารภาพลักษณ์ให้บุคลากรตระหนักและยึดเป็นแนวทางปฏิบัติ
4. ผลิตสื่อและกิจกรรมสื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย สอดแทรกการสื่อสารทุกช่องทาง

กลยุทธ์ที่ 4 : สื่อสารประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรผ่านเครือข่าย เพื่อขยายผลในการสร้างทัศนคติเชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัย

มาตรการ

1. สร้างการรับรู้ในภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้เครือข่ายประชาสัมพันธ์
2. ผลิตสื่อและกิจกรรมสื่อสารภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยไปยังเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์

นโยบายที่ P2

สื่อสารประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเชิงรับเพื่อส่งเสริมสนับสนุน
การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

โครงการสำคัญที่สอดคล้องกับนโยบายที่ 2

1. โครงการ/กิจกรรม ประชาสัมพันธ์ยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย
2. โครงการสร้างเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์ มทร.ล้านนา
3. โครงการความร่วมมือ เพื่อการพัฒนาระบบ มทร.ล้านนา Connect

พันธกิจ M3 : สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ O3 : สร้างการยอมรับและมีส่วนร่วมของเครือข่ายและกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนามหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ที่ 5 : สื่อสารสร้างการรับรู้ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก
มาตรการ

1. กำหนดแผนการสื่อสารกลยุทธ์ ด้วยสารและช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก
2. สื่อสารสร้างการรับรู้ยุทธศาสตร์ ด้วยสารและช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก
3. ติดตามผลการรับรู้เกี่ยวกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยจากประชาคม

กลยุทธ์ที่ 6 : ทบทวนและขยายเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย

มาตรการ

1. แต่งตั้งคณะทำงานประสานงานเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยทั้งภายในและภายนอก
2. กำหนดบทบาทของเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์ในการสนับสนุนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย
3. สร้างความเข้าใจในบทบาทภารกิจเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์การมีส่วนร่วม
4. จัดกิจกรรมเพิ่มศักยภาพและขยายเครือข่ายประชาสัมพันธ์
5. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมของเครือข่ายสื่อสารประชาสัมพันธ์ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

กลยุทธ์ที่ 7 : รณรงค์สร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายตามยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัย

มาตรการ

1. จัดประชุมร่วมกับภาคีเครือข่ายเพื่อกำหนดบทบาทและแนวการสื่อสารประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วม
2. วางแผนและดำเนินการรณรงค์ทางการสื่อสารสร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย
3. ดำเนินการประเมินผลการรณรงค์การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

นโยบายที่ P3
พัฒนาสมรรถนะด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์

โครงการสำคัญที่สอดคล้องกับนโยบายที่ 3

1. โครงการศึกษาวิจัยเพื่อบูรณาการการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
2. โครงการพัฒนาระบบคลังข้อมูลข่าวสารด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
3. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ
4. โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
5. โครงการจัดทำคู่มือประชาสัมพันธ์

พันธกิจ M4 : พัฒนาฐานข้อมูลเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ O4 : สร้างคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ที่ 8 : สร้างระบบคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

มาตรการ

1. สำรวจความต้องการของมหาวิทยาลัยเพื่อการวิเคราะห์ออกแบบระบบ
2. กำหนดหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ตรงเป้าและมีประสิทธิภาพ
3. พัฒนาระบบคลังข้อมูลสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับการเชื่อมโยงข้อมูลของมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ที่ 9 : บริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยให้ถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน

มาตรการ

1. หน่วยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและการนำเข้าสู่ข้อมูลสู่ระบบ
2. บริการสืบค้นข้อมูลข่าวสารที่มีความสะดวก รวดเร็ว และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

พันธกิจ M5 : พัฒนาสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ O5 : เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ที่ 10 : สร้างทักษะการใช้ฐานข้อมูลการสื่อสารและทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ

มาตรการ

1. อบรมเชิงปฏิบัติการการใช้ฐานข้อมูลด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย
2. สำรวจความจำเป็นของการเป็นนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ
3. จัดทำหลักสูตรพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์มืออาชีพ
4. จัดทำคู่มือ (Handbook) และชุดการเรียนรู้ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์มืออาชีพ
5. ส่งเสริมสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ปฏิบัติงานโดยการให้รางวัลหน่วยงานที่มีผลงานโดดเด่นด้านการประชาสัมพันธ์
6. ศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับองค์กรต้นแบบ ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์

พันธกิจ M6 : ดำเนินการติดตามผลการประเมินการสื่อสารประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ O6 : ประเมินผลการสื่อสารการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 11 : บริหารจัดการให้มีการติดตามประเมินผลทั้งในระดับยุทธศาสตร์และระดับแผนงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงนำข้อมูลจากการรายงานผลไปใช้ในการพัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพ

มาตรการ

1. จัดตั้งคณะทำงานพัฒนาระบบติดตามประเมินผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในระดับแผนยุทธศาสตร์และระดับแผนงาน
2. ดำเนินการติดตามประเมินผลการสื่อสารประชาสัมพันธ์ระดับแผนยุทธศาสตร์และระดับแผนงาน
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำผลการประเมินไปปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์และแผนงานการประชาสัมพันธ์

นโยบายที่ P4
สร้างศักยภาพให้บุคลากรมหาวิทยาลัยเป็นนักประชาสัมพันธ์และมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์

โครงการสำคัญที่สอดคล้องกับนโยบายที่ 4

1. โครงการสร้างค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร
2. โครงการสร้างทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัย

พันธกิจ M7 : ส่งเสริมให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีทัศนคติเชิงบวกและมีบทบาทด้านการประชาสัมพันธ์กับองค์กร
วัตถุประสงค์ O7 : เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์
 องค์กร

กลยุทธ์ที่ 12 : สื่อสารค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กรให้แก่บุคลากรมหาวิทยาลัยที่ส่งเสริมบทบาทการเป็นนัก
 ประชาสัมพันธ์องค์กร

มาตรการ

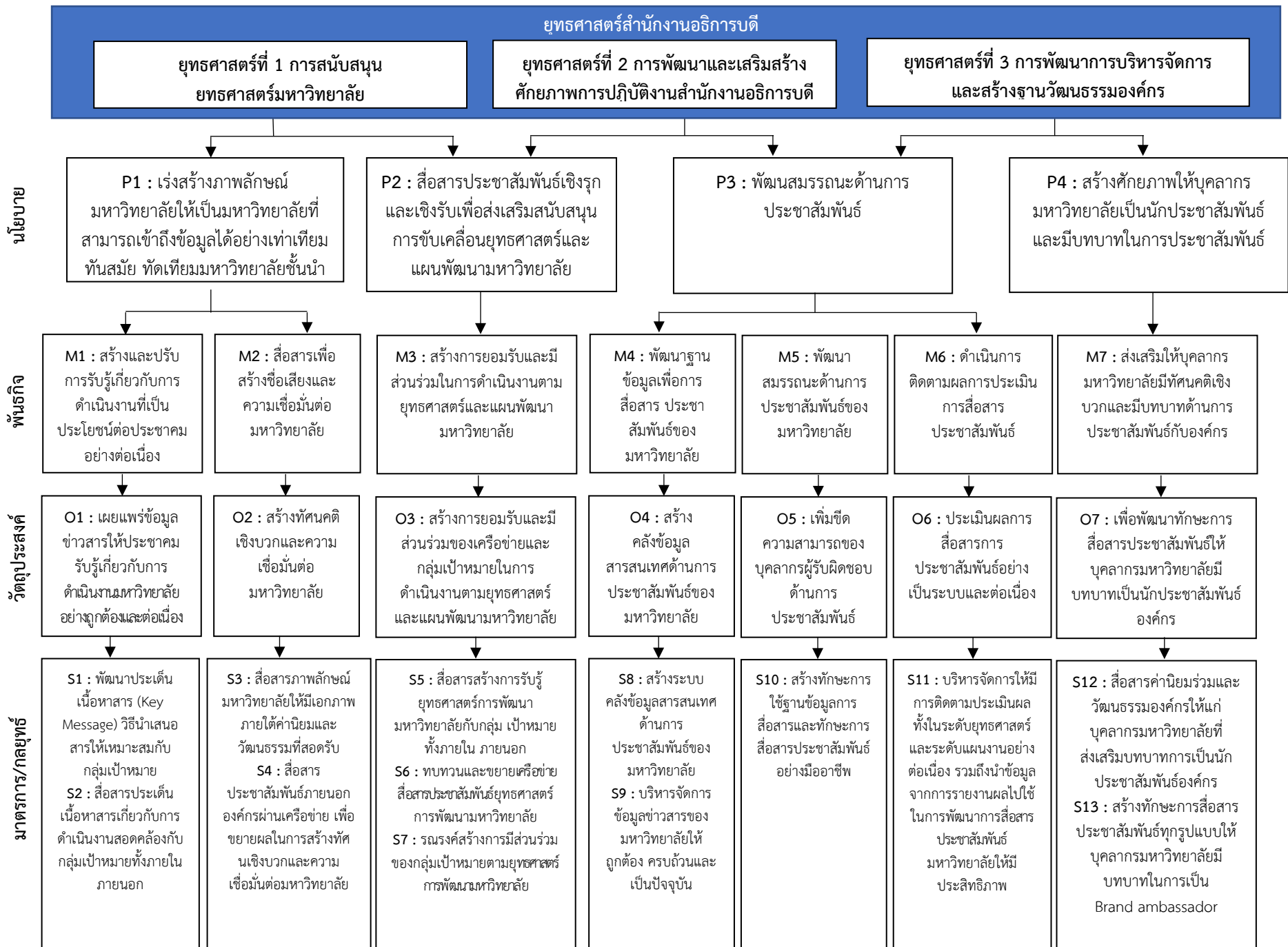
1. ทบทวนและปรับปรุงค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมบทบาทการเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร
2. สื่อสารค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กรกับบุคลากรมหาวิทยาลัยผ่านสื่อและกิจกรรมภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์ที่ 13 : สร้างทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทในการเป็น Brand
 ambassador

มาตรการ

1. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์แก่ตัวแทนบุคลากรแต่ละพื้นที่เพื่อการขยายผล
 ไปยังบุคลากรแต่ละหน่วยงาน
2. ผลิตสื่อเพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจในบทบาทของ Brand Ambassador กับบุคลากรมหาวิทยาลัย
3. คัดเลือกบุคลากรต้นแบบ Brand Ambassador ของมหาวิทยาลัย
4. พัฒนาและกำหนดบทบาทการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรต้นแบบ Brand Ambassador

วิทยาลัยฯ พช. : หน่วยงานสนับสนุนการบริหารการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล



1.7 แผนพัฒนาบุคลากร

สมรรถนะบุคลากรการพัฒนาหลักสูตรและวางแผนบุคลากรผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (PI) และการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ได้ตระหนักถึงภารกิจในการปฏิบัติหน้าที่ราชการ เพื่อให้การประเมินผลการปฏิบัติราชการ มีระบบที่ดี มีการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพอันเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการศึกษา ทำให้บุคลากรได้รับความก้าวหน้าและพัฒนาตามลักษณะงานของตนเองและเพื่อพัฒนาบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งจะต้องมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและสมรรถนะที่ต้องการของบุคลากรแต่ละตำแหน่งที่สอดคล้องกับภารกิจ ลักษณะงานรวมถึงเส้นทางความก้าวหน้าในสายงาน โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้เป็นเครื่องมือ เพื่อการพัฒนาของบุคลากรที่จะช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

มหาวิทยาลัย จึงได้นำเครื่องมือมาใช้ในการพัฒนาบุคลากร ดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่ง

1.1 ผลสัมฤทธิ์ของงาน

- ด้านการปฏิบัติการ
- ด้านการวางแผน
- ด้านการประสานงาน
- ด้านการบริการ
- กิจกรรมของหน่วยงาน

1.2 สมรรถนะหลัก (Core Competency) มี 5 ด้าน ประกอบด้วย

1) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) หมายถึง ความมุ่งมั่นจะปฏิบัติหน้าที่ราชการ ให้ดีหรือให้เกินมาตรฐานที่มีอยู่ โดยมาตรฐานนี้อาจเป็นผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมาของตนเอง หรือเกณฑ์วัดผลสัมฤทธิ์ที่ส่วนราชการกำหนดขึ้น อีกทั้งยังหมายรวมถึงการสร้างสรรค์พัฒนาผลงานหรือกระบวนการปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่ยากและท้าทายชนิดที่อาจไม่เคยมีผู้ใดสามารถกระทำได้มาก่อน

2) บริการที่ดี (Service Mind) หมายถึง ความตั้งใจและความพยายามของข้าราชการในการให้บริการต่อประชาชนข้าราชการ หรือหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ (Expertise) หมายถึง ความสนใจใฝ่รู้ สั่งสม ความรู้ความสามารถของตนในการปฏิบัติหน้าที่ราชการด้วยการศึกษา ค้นคว้า และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง จนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เชิงวิชาการและเทคโนโลยีต่างๆ เข้ากับการปฏิบัติราชการให้เกิดผลสัมฤทธิ์

4) การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจรรยาบรรณ (Integrity) หมายถึง การดำรงตนและประพฤติปฏิบัติอย่างถูกต้องเหมาะสมทั้งตามกฎหมาย คุณธรรม จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ และจรรยาข้าราชการ เพื่อรักษาศักดิ์ศรีแห่งความเป็นข้าราชการ

5) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) หมายถึง ความตั้งใจที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งของทีม หน่วยงาน หรือส่วนราชการ โดยผู้ปฏิบัติมีฐานะเป็นสมาชิก ไม่จำเป็นต้องมีฐานะหัวหน้าหรือหัวหน้าทีมทั้งความสามารถในการสร้างและรักษาสัมพันธ์ภาพกับสมาชิกในทีม

1.3 สมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ (Technical Competency)

หมายถึงคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่กำหนดเฉพาะสำหรับสายงานหรือตำแหน่งเพื่อสนับสนุนให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ และส่งเสริมให้สามารถปฏิบัติภารกิจในหน้าที่ได้ดียิ่งขึ้น

นักประชาสัมพันธ์

- การคิดวิเคราะห์ (Analytical Thinking) การทำความเข้าใจและวิเคราะห์สถานการณ์ ประเด็นปัญหา แนวคิดโดยการแยกแยะประเด็นออกเป็นส่วนย่อยๆ หรือทีละขั้นตอน รวมถึงการจัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบระเบียบเปรียบเทียบแง่มุมต่างๆ สามารถลำดับความสำคัญ ช่วงเวลา เหตุและผลที่มาที่ไปของกรณีต่างๆ ได้

- การมองภาพองค์รวม (Conceptual Thinking) การคิดในเชิงวิเคราะห์มองภาพองค์รวม โดยการจับประเด็น สรุปรูปแบบเชื่อมโยงหรือประยุกต์แนวทางจากสถานการณ์ ข้อมูล หรือทักษะต่างๆ จนได้เป็นกรอบความคิดหรือแนวคิดใหม่

- การสร้างสัมพันธ์ภาพ (Relationship Building) สร้างหรือรักษาสัมพันธ์ภาพอันมิตร เพื่อความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้เกี่ยวข้องกับการงาน

- การดำเนินการเชิงรุก (Proactiveness) การเล็งเห็นปัญหาหรือโอกาสพร้อมทั้งจัดการเชิงรุกกับปัญหานั้นโดยอาจไม่มีใครร้องขอและอย่างไม่ย่อท้อหรือใช้โอกาสนั้นให้เกิดประโยชน์ต่องานตลอดจนการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ๆ เกี่ยวกับงานด้วยเพื่อแก้ปัญหา ป้องกันปัญหา หรือสร้างโอกาสด้วย

- ศิลปะการสื่อสารจูงใจ (Communication & Influencing) ความสามารถที่จะสื่อความด้วยการเขียน พูด โดยใช้สื่อต่างๆ เพื่อให้ผู้อื่นเข้าใจยอมรับ และสนับสนุนความคิดของตน

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

- การคิดวิเคราะห์ (Analytical Thinking) การทำความเข้าใจและวิเคราะห์สถานการณ์ ประเด็นปัญหา แนวคิดโดยการแยกแยะประเด็นออกเป็นส่วนย่อยๆ หรือทีละขั้นตอน รวมถึงการจัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบระเบียบเปรียบเทียบแง่มุมต่างๆ สามารถลำดับความสำคัญ ช่วงเวลา เหตุและผลที่มาที่ไปของกรณีต่างๆ ได้

- การมองภาพองค์รวม (Conceptual Thinking) การคิดในเชิงวิเคราะห์มองภาพองค์รวม โดยการจับประเด็น สรุปรูปแบบเชื่อมโยงหรือประยุกต์แนวทางจากสถานการณ์ ข้อมูล หรือทักษะต่างๆ จนได้เป็นกรอบความคิดหรือแนวคิดใหม่

- ความเข้าใจองค์กรและระบบราชการ (Organizational Awareness) ความสามารถในการเข้าใจความสัมพันธ์เชิงอำนาจตามกฎหมาย และอำนาจที่ไม่เป็นทางการ ในองค์กรของตนและองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งสามารถที่จะคาดการณ์ได้ว่านโยบายภาครัฐ แนวโน้มทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ตลอดจนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นจะมีผลกระทบต่อองค์กรอย่างไร

- การสืบเสาะข้อมูล (Information Seeking) ความใฝ่รู้เชิงลึกที่จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ภูมิหลังประวัติความเป็นมา ประเด็นปัญหาหรือเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือจะเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน

- การตรวจสอบความถูกต้องตามกระบวนการงาน (Concern for Order) ความใส่ใจที่จะปฏิบัติงานให้ถูกต้อง ครบถ้วน มุ่งเน้นความชัดเจนของบทบาทหน้าที่ และลดข้อบกพร่องที่อาจเกิดจากสภาพแวดล้อม โดยติดตาม ตรวจสอบการทำงานหรือข้อมูลตลอดจนพัฒนาระบบการตรวจสอบเพื่อความถูกต้องของกระบวนการงาน

นักวิชาการช่างศิลป์

- การคิดวิเคราะห์ (Analytical Thinking) การทำความเข้าใจและวิเคราะห์สถานการณ์ ประเด็นปัญหา แนวคิดโดยการแยกแยะประเด็นออกเป็นส่วนย่อยๆ หรือทีละขั้นตอน รวมถึงการจัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบระเบียบเปรียบเทียบแง่มุมต่างๆ สามารถลำดับความสำคัญ ช่วงเวลา เหตุและผลที่มาที่ไปของกรณีต่างๆ ได้

- การมองภาพองค์รวม (Conceptual Thinking) การคิดในเชิงวิเคราะห์มองภาพองค์รวม โดยการจับประเด็น สรุปรูปแบบเชื่อมโยงหรือประยุกต์แนวทางจากสถานการณ์ ข้อมูล หรือทัศนคติต่างๆ จนได้เป็นกรอบความคิดหรือแนวคิดใหม่

- การสืบเสาะข้อมูล (Information Seeking) ความใฝ่รู้เชิงลึกที่จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ ภูมิหลังประวัติความเป็นมา ประเด็นปัญหาหรือเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องหรือจะเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน

- ความเข้าใจองค์กรและระบบราชการ (Organizational Awareness) ความสามารถในการเข้าใจความสัมพันธ์เชิงอำนาจตามกฎหมาย และอำนาจที่ไม่เป็นทางการ ในองค์กรของตนและองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งสามารถที่จะคาดการณ์ได้ว่านโยบายภาครัฐ แนวโน้มทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ตลอดจนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นจะมีผลต่อองค์กรอย่างไร

- สุนทรียภาพทางศิลปะ ความซาบซึ้งในอารมณ์และเห็นคุณค่าของงานศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ของมรดกของชาติ รวมถึงงานศิลปะอื่นๆ และนำมาประยุกต์ในการสร้างสรรค์งานศิลปะของตนได้

1.4 สมรรถนะทางการบริหาร หมายถึงคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่กำหนดเฉพาะสำหรับตำแหน่งประเภทผู้บริหาร เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทางการบริหารให้สามารถปฏิบัติภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประกอบด้วย

1) สภาวะผู้นำ (Leadership) ความสามารถหรือความตั้งใจที่จะรับบทบาทในการเป็นผู้นำของกลุ่ม กำหนดทิศทาง เป้าหมาย วิธีการทำงาน ให้ทีมปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น เต็มประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ของสถาบันอุดมศึกษา

2) วิสัยทัศน์ (Visioning) ความสามารถในการกำหนดทิศทาง ภารกิจ และเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจนและความสามารถในการสร้างความร่วมแรงร่วมใจเพื่อให้ภารกิจบรรลุวัตถุประสงค์

3) ศักยภาพเพื่อนำการปรับเปลี่ยน (Change Leadership) ความสามารถในการกระตุ้น หรือผลักดันหน่วยงานไปสู่การปรับเปลี่ยนที่เป็นประโยชน์ รวมถึงการสื่อสารให้ผู้อื่นรับรู้ เข้าใจ และดำเนินการให้การปรับเปลี่ยนนั้นเกิดขึ้นจริง

4) การควบคุมตนเอง (Self Control) ความสามารถในการควบคุมอารมณ์และพฤติกรรมในสถานการณ์ที่อาจจะถูกยั่ว หรือเผชิญหน้ากับความไม่เป็นมิตรหรือต้องทำงานภายใต้สภาวะกดดันรวมถึงความอดทนกลั่นเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ก่อความเครียดอย่างต่อเนื่อง

5) การสอนงานและการมอบหมายงาน (Coaching and Empowering Others) ความตั้งใจที่จะส่งเสริมการเรียนรู้หรือการพัฒนาผู้อื่นในระยะยาวจนถึงระดับที่เชื่อมั่นว่าจะสามารถมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบให้ผู้นั้นมีอิสระที่จะตัดสินใจในการปฏิบัติหน้าที่ราชการของตนได้

โดยกองประชาสัมพันธ์ มีบุคลากร จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป และนักวิชาการช่างศิลป์ แบ่งสมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ ตามตำแหน่งดังนี้

สมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ	หัวหน้างาน	นักประชาสัมพันธ์	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	นักวิชาการช่างศิลป์
สมรรถนะหัวหน้างาน :				
- สภาวะผู้นำ	√			
- วิสัยทัศน์	√			
- ศักยภาพเพื่อนำการปรับเปลี่ยน	√			
- การควบคุมตนเอง	√			
- การสอนงานและการมอบหมายงาน	√			
สมรรถนะหลัก :				
- การมุ่งผลสัมฤทธิ์		√	√	√
- บริการที่ดี		√	√	√
- การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ		√	√	√
- การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจรรยาบรรณ		√	√	√
- การทำงานเป็นทีม		√	√	√
สมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ :				
- การคิดวิเคราะห์		√	√	√
- การมองภาพองค์รวม		√	√	√
- การสร้างสัมพันธ์ภาพ		√		
- การดำเนินการเชิงรุก		√		
- ศิลปะการสื่อสารจูงใจ		√		
- ความเข้าใจองค์กรและระบบราชการ			√	√
- การสืบเสาะข้อมูล			√	√
- การตรวจสอบความถูกต้องตามกระบวนการงาน			√	
- สุนทรียภาพทางศิลปะ				√

จากการประเมินผลสัมฤทธิ์ของงานของบุคลากร รอบที่ 1 ประจำปีงบประมาณ 2567 (เดือนตุลาคม 2566 - มีนาคม 2567) ได้มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีส่งเสริมและพัฒนา ดังนี้

1. นางสาวอพัชรี ศิรินาโพธิ์

- มีทักษะด้านการออกแบบและเข้าใจในกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ แต่ยังคงขาดทักษะทางด้านการเป็นหัวหน้างานที่มีการบริหารจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพ
- ควรอบรมหรือหาทักษะความรู้ที่ส่งเสริมทักษะการเป็นผู้นำให้มากยิ่งขึ้น เช่น หลักสูตร Smart Leader การพัฒนาทักษะภาวะผู้นำ การสื่อสารแบบผู้นำ หรือหลักสูตรเทคนิคการมอบหมายงานให้ได้ทั้งงานและได้ใจลูกน้อง

2. นายเจษฎา สุภาพรเหมินทร์

- มีทักษะการออกแบบและรับผิดชอบในงานที่ดี และยังสามารถจัดทำนิทรรศการ งานกิจกรรมต่างๆ ได้ จึงควรเพิ่มทักษะในงานด้านการจัดนิทรรศการหรืองานอีเวนต์เพิ่มมากขึ้น หรือทักษะที่เกี่ยวข้องกับการจัดนิทรรศการให้มีคุณภาพ
- ศึกษาเทคนิคการบริหารจัดการงานนิทรรศการและงานอีเวนต์ในรูปแบบต่างๆ ควรศึกษาและติดตามงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) เพื่อให้รองรับการจัดนิทรรศการและจัดบูธงานผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยที่กำลังจะเป็นนโยบายขับเคลื่อนกลยุทธ์ “กินได้ ใช้ได้ ขายได้”

3. นางสาวสุธาสิณี ผู้อยู่สุข

- มีทักษะการออกแบบที่ดี มีความคล่องแคล่วในงานและมีทักษะการใช้โปรแกรมด้านการออกแบบกราฟิกที่ดี แต่ยังไม่มีการรับรองการใช้ในงานโปรแกรมกราฟิกที่ใช้งาน ยังไม่สามารถเป็นวิทยากรผู้เผยแพร่ความรู้แก่ผู้อื่นได้
- ควรเข้ารับการอบรมและสอบมาตรฐาน Adobe Illustrator และ Adobe Photoshop Certificate ให้ผ่านการรับรองจึงจะสามารถให้ความรู้หรือเป็นวิทยากรสอนทักษะด้านการออกแบบได้

4. นางสาวแววดาว ญาณะ

- มีทักษะการจัดทำโครงการที่ดี และควรเพิ่มทักษะ การจัดทำแผนงานโครงการให้มีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในงานเป็นอย่างดี
- อบรมทักษะด้านการจัดทำแผนงานโครงการ เพื่อสอดคล้องสนับสนุนและตอบสนองกับกลยุทธ์ขององค์กร

5. นางสาวเยาว์วัลย์ จันทร์ตะมุล

- มีทักษะการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากร มีการติดตามแผนพัฒนารายบุคคลที่ดี แต่ควรเพิ่มทักษะนี้ให้มีความรู้ที่ชัดเจนและเป็นสากลเพิ่มมากขึ้น
- ควรเพิ่มทักษะการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล หรือทักษะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากร เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในงานเพิ่มมากขึ้น

6. นายธนพล มูลประการ

- มีทักษะด้านการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และการลำดับ-ตัดต่อวิดีโอที่ดี แต่ควรเพิ่มทักษะการใช้โปรแกรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับงานวิดีโอ ได้แก่ Adobe After Effects, Adobe Audition เพิ่มเติมและการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เช่น Studio D – ID, Kaiber.ai เพิ่มเติมเพื่อนำมาพัฒนางานให้ทันสมัย

7. นางสาวอภิญญา พูลทรัพย์

- ควรได้รับการพัฒนาทักษะในการเป็นหัวหน้างานและทักษะต่างๆ ที่จำเป็นขอหัวหน้างาน เช่น หลักสูตร 10 ทักษะเพื่อก้าวสู่หัวหน้างานที่เจ้านายรักลูกน้องยอมรับ, การจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์แบบครบวงจร เป็นต้น

8. นางสาวสิริัญญา พูลทรัพย์

- ควรเพิ่มทักษะการพูด การสื่อสาร ให้มีความเชี่ยวชาญในโอกาสต่างๆ เช่น งานพิธีการ งานที่ต้องสื่อสารกับสาธารณชน

- ควรเพิ่มทักษะการสร้าง Content การนำเสนอวิธีการเขียนข่าว หรือการสื่อสารในรูปแบบสั้นๆ

- ควรจัดหา/เข้าร่วมการอบรม ในคอร์สที่ได้รับการรับรอง เพื่อนำความรู้ ทักษะนำมาเป็นวิทยากรถ่ายทอดองค์ความรู้ต่อไป

9. นางสาวธริษตรี ธนรัตน์พิมลกุล

- ควรได้รับการพัฒนาการนำเสนอรูปแบบรายการของสถานีวิทยุ ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

- ควรพัฒนารูปแบบรายการของสถานีวิทยุ ให้มีความน่าสนใจ ดึงดูด ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วม

- เข้าร่วมการอบรม/การพัฒนา หลักสูตรการสร้างสรรค์รายการ สร้าง Content ของสถานีวิทยุ

10. นายวิทยา กวีวิทยากรณ์

- เป็นผู้ที่มีจิตสาธารณะ มีน้ำใจ ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ

- ควรพิจารณาการหาวิธีการสร้าง Content ในการนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ให้มีความน่าสนใจ ควรเพิ่มทักษะด้านการผลิตสื่อต่างๆ ในช่องทางใหม่ๆ เช่น คลิป Reel คลิป tiktok ที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่

- ควรเพิ่มทักษะด้านการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น ทักษะการถ่ายภาพมุมสูงโดยใช้โดรน

- ควรเพิ่มทักษะการนำเสนอข่าวสาร กิจกรรมผ่านคลิปวิดีโอสั้น

2. โครงการพัฒนากลยุทธ์และวางแผนบุคลากรผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (PI)

สถาบันการศึกษาถือว่าเป็นแหล่งต้นน้ำของการผลิตบุคลากร ซึ่งระบบทั้งหมดอาจหมายถึงครู อาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา ชาวบ้าน ชุมชน สังคม โดยบุคลากรเหล่านี้เป็นหัวใจของการพัฒนาประเทศ เปรียบเสมือนว่ายามใดเมื่อหัวใจอ่อนแอ สถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัย ชุมชน สังคม ประเทศชาติ ก็จะอ่อน ล้า และถ้าเราทำให้หัวใจดวงนี้เข้มแข็ง มีสุขภาพที่ดี มีความสุข มหาวิทยาลัยก็จะเติบโตแบบก้าวกระโดดและพร้อมที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวได้ตลอดเวลาตามแผน จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ต้องทำให้บุคลากรทั้งองค์กรทุกคน รู้จักตน รู้จักทีม รู้จักองค์กร เพื่อนำเอาทักษะวิชาชีพด้านต่างๆ ที่ได้รับการพัฒนา นำมาขับเคลื่อนระบบการศึกษาอย่างเป็นรูปธรรมและงานเป็นทีม

รู้จักตน : เป็นการค้นหาความสามารถและเข้าใจตัวตนของเราได้ว่าเราชอบหรือถนัดอะไรและมีเก่งทางด้านไหน

รู้จักทีม : เป็นการสร้างทีมหรือทำงานเป็นทีม ซึ่งเราต้องเข้าใจถึงความแตกต่างของบุคคลความสามารถแต่ละด้าน มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสามารถปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่น บนเป้าหมายเดียวกันได้

รู้จักองค์กร : เป็นการสร้างความเข้าใจให้เห็น พื้นฐานและรากฐานขององค์กรที่เป็นจุดแข็ง โอกาสในการพัฒนาไปสู่เป้าหมายความสำเร็จ ด้วยบริบทเดียวกัน ว่าองค์กรต้องการพัฒนาและมีเป้าหมายความสำเร็จอย่างไร

การที่บุคลากรภายในองค์กรได้รู้จักใน 3 สิ่งนี้ ย่อมเสมือนได้เห็นภาพที่ชัดเจนของตนเองที่เติบโตและเดินไปข้างหน้าพร้อมกับเพื่อนร่วมงานอย่างไม่โดดเดี่ยว โดยมีเป้าหมายความสำเร็จจุดเดียวกันอย่างชัดเจน และระหว่างทางองค์กรก็จะพบกับความสำเร็จหรือจุดบกพร่องในแต่ละด้านที่ขาดหายไป ทำให้เราได้เรียนรู้และสร้างความเข้าใจไปด้วยกันในทุกๆระดับตั้งแต่ระดับตัวบุคคล หน่วยงาน จนสู่ระดับความสำเร็จขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาขององค์กรได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา โดยให้รับผิดชอบโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นการขับเคลื่อนในทุกภาคส่วน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างผลลัพธ์ในรูปแบบของทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาแบบร่วมด้วยช่วยกัน อย่างสม่ำเสมอ และให้เกิดความต่อเนื่องของช่วงระยะเวลาดำเนินการ และเมื่อเวลาผ่านไปเมื่อทุกคนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาแล้ว ผลลัพธ์ดังกล่าวก็ปรับเปลี่ยนเป็นทัศนคติที่ดีต่อองค์กร รักขององค์กรสู่จิตสำนึกที่ดีของการอยากเป็นส่วนหนึ่งที่ร่วมกันพัฒนาองค์กร เกิดเป็นความรักที่มีต่อส่วนรวม เกิดความรับผิดชอบต่อสังคม และถูกซึมซับเข้าสู่ระดับพันธุกรรม หรือที่เราเรียกว่าเป็นดีเอ็นเอ ขององค์กรและเกิดความรักความห่วงหา อังค์กรของเรา ไม่ว่าจะงานข้างหน้าจะต้องทำหลายมากเพียงใด เราก็จะทำได้ด้วยกันอย่างมีความสุขมีสุขภาพดี สภาพแวดล้อมที่ดี และเป็นพลเมืองที่ดีภายในมหาวิทยาลัย เพื่อร่วมกันพัฒนาให้ชุมชนและสังคมให้เป็นพลเมืองที่ดีของประเทศชาติได้อย่างยั่งยืน การปลูกฝังดีเอ็นเอ ให้บุคลากรในองค์กร "รู้จักตน รู้จักทีม และรู้จักองค์กร เป็นการสร้างโอกาสในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร แบบทำงานเป็นทีม ระดับขององค์กรให้มีความพร้อม ในการเข้าสู่การแข่งขันระดับภูมิภาคระดับประเทศและระดับนานาชาติต่อไป"

ดังนั้น จึงเป็นเหตุผลหลักและสำคัญอย่างมากที่มหาวิทยาลัยจำเป็นต้องมีระบบหรือระบบเข้ามาจัดการเพื่อประเมินตนเองว่าบุคคลคนนั้นมีความสามารถและทักษะทางด้านใดบ้างและมีทักษะใด ที่ต้องพัฒนาเพื่อนำไปสู่รูปแบบของการจัดการศึกษาหรือการเรียนการสอนที่เน้นพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ที่ต้องการเรียนรู้ ไปสู่ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการเป็นผู้นำ ทักษะการสื่อสารองค์กร และทักษะการสร้างวัฒนธรรมองค์กร เมื่อจบการศึกษาออกไปก็สามารถทำงานรับใช้ภาคสังคม ชุมชน ประเทศชาติได้อย่างเป็นระบบเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศที่มีคุณภาพ สร้างสังคมที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์ความต้องการพัฒนากำลังคน ที่เน้นทักษะวิชาชีพในศตวรรษที่ ๒๑ และการพัฒนาบุคลากรให้สู่ New S Curve ของการ Up Skilled, Re Skilled และ New Skilled

ตามโครงการนโยบายและการพัฒนากำลังคนภาครัฐ โดยที่ทักษะที่ได้รับการพัฒนา จะถูกถ่ายทอดไปยังบุคลากรอย่างเป็นระบบได้แก่ครูอาจารย์ เจ้าหน้าที่ นักศึกษา ชาวบ้าน ชุมชน สังคม เพื่อให้สังคมเป็นสังคมแห่งคุณภาพและสุขภาพที่ดี มีความสุขในทุกมิติ คือความอยู่ดีกินดี ได้ค่าตอบแทนที่เหมาะสม สภาพแวดล้อมที่ดีเหมาะสมกับการเรียนรู้ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับเศรษฐกิจรากฐาน ลดความเหลื่อมล้ำ ทำให้ระบบเศรษฐกิจมีความยั่งยืน ส่งผลทำให้สถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัยแห่งนี้ เป็นมหาวิทยาลัย นักปฏิบัติแบบมืออาชีพ

วัตถุประสงค์

- เพื่อฝึกอบรมให้ความรู้ และเพิ่มพูนทักษะให้กับบุคลากรของมหาวิทยาลัย ในการพัฒนากลยุทธ์และการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์พันธกิจของมหาวิทยาลัยได้และเพื่อนำไปวางแผนบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยได้อย่างเหมาะสม

- เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถนำความรู้ และแนวความคิดที่ได้จากการฝึกอบรมและการพัฒนาตนเองสามารถสร้างแรงจูงใจการทำงาน เพื่อสร้างความมุ่งมั่นและความสุขในการทำงาน รวมถึงพัฒนาการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานทีมหรือองค์กรได้

- เพื่อวิเคราะห์แนวทางการทำงานทีมและวางแผนกลยุทธ์ที่คาดหวัง เพื่อสร้างแผนการทำงานที่สอดคล้องกับบุคลากรและเป้าหมายขององค์กร

จากการเข้าร่วมโครงการพัฒนากลยุทธ์และวางแผนบุคลากรผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (PI) ผลบุคลากรมีความสัมพันธ์กับกิจกรรม PI (Predictive Index) ดังนี้

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	ระดับ	กลุ่ม PI	ประเภท PI
1	นางสาวอพัชรี ศิรินาโพธิ์	นักประชาสัมพันธ์	พจน.ม. ปฏิบัติการ	Social	Collaborator
2	นางสาวอภิญา พูลทรัพย์	นักประชาสัมพันธ์	พจน.ม. ชำนาญการ	Persistent	Scholar
3	นายธนพล มุลประการ	นักประชาสัมพันธ์	พจน.ม. ชำนาญการ	Social	Collaborator
4	นางสาวเยาว์วัลย์ จันทร์ตะมุข	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	พจน.ม. ชำนาญการ	Analytical	Controller
5	นางสาวแววดาว ญาณะ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	พจน.ม. ชำนาญการ	Stabilizing	Artisan
6	นางสาวธริษตรี ธนรัตน์พิมลกุล	นักประชาสัมพันธ์	พจน.ม. ปฏิบัติการ	Stabilizing	Artisan
7	นายวิทยา กวีวิทยากรณ์	นักประชาสัมพันธ์	พจน.ม. ปฏิบัติการ	Social	Promoter

8	นางสาวสิริธัญญา ณ นคร	นักประชาสัมพันธ์	พจน.ม. ปฏิบัติการ	Social	Promoter
9	นายเชษฐา สุภาพรเหมินทร์	นักวิชาการช่างศิลป์	พจน.ม. ปฏิบัติการ	Persistent	Scholar
10	นางสาวสุธาสินี ผู้อยู่เสมอ	นักวิชาการช่างศิลป์	พจน.ม. ปฏิบัติการ	Persistent	Individualist

คำอธิบายกลุ่ม PI

กลุ่มที่ 1 นักวิเคราะห์ (Analytical)

จำนวน 1 คน

กลุ่มนักวิเคราะห์ จะมีความต้องการในการควบคุมสิ่งต่าง ๆ มากกว่าความต้องการในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและจะทำงานด้วยความเร็วที่มากกว่ามาตรฐานทั่วไป โดยปกติแล้ว พวกเขาจะให้ความสำคัญในเรื่องงานมากกว่าเรื่องคน โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. **Analyzer** จะมีความเข้มงวด มีมาตรฐานสูง มีระเบียบวินัย และบุคลิกที่ค่อนข้างสงบเยือก

ความต้องการ : ต้องการความเข้าใจภาพรวม ต้องการการคิดวิเคราะห์ ต้องการการทำงานอย่างรวดเร็ว ทำงานโดยไม่ มีข้อผิดพลาด

พฤติกรรม : แน่วแน่ ครุ่นคิด เข้มงวด ละเอียดถี่ถ้วน

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- เก็บความรู้สึก ต้องการเวลาในการคิดวิเคราะห์
- ตรงไปตรงมา ศึกษาความรู้แบบกว้าง

การมอบหมายงาน

- คัดเลือกคนก่อนที่จะมอบหมายงานให้ทั้งในการ ปฏิบัติงานและความรับผิดชอบ
- ติดตามงานอย่างใกล้ชิดเพื่อมั่นใจในคุณภาพของงาน

การตัดสินใจ

- แก้ปัญหาด้วยวิธีการที่สร้างสรรค์
- มีความต้องการที่จะตัดสินใจแต่ก็ต้องการทางเลือกอื่น ๆ เพื่อไว้ด้วยเช่นกัน

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- มีความต้องการที่จะริเริ่มลงมือทำด้วยตนเอง
- ไม่ชอบความเสี่ยง, ต้องการคำตอบหรือข้อมูลทุกอย่างก่อนจะลงมือทำ

จุดเด่น

- มีวินัย, มีความชัดเจนในการลงมือทำงาน
- คิดค้นสิ่งใหม่ๆ, สร้างแรงจูงใจให้ตนเอง
- นำข้อมูลมาคิดวิเคราะห์ก่อนลงมือปฏิบัติ

ข้อควรระวัง

- อาจดูเหมือนเป็นคนที่ชอบความสมบูรณ์แบบและมีมาตรฐานสูง
- อาจมีการซักถามข้อสงสัยหากไม่ได้รับข้อมูลมากพอที่ต้องการ
- มีความลังเลในการลงมือทำสิ่งต่าง ๆ หากไม่มีข้อมูลที่เพียงพอ

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้อิสระในการคิดวิเคราะห์, อย่าควบคุมมากเกินไป Analyzer ชอบที่จะเสนอความคิดและใช้ไอเดียของตนเอง
- อย่ากดดันให้พวกเขาต้องตัดสินใจทันที พวกเขาจะรู้สึกสบายใจกว่า หากได้ตัดสินใจในงานที่พวกเขาถนัดหรือตัดสินใจในเรื่องที่พวกเขาสามารถจัดการความเสี่ยงได้
- พวกเขาต้องการความท้าทาย, ต้องการโอกาสที่จะแสดงศักยภาพและทักษะในการแก้ปัญหา

2. Controller จะลงรายละเอียดและอนุรักษ์นิยม ชอบงานที่มีคุณภาพสูงและมีความ

เชี่ยวชาญในงานของตนเอง

ความต้องการ : ต้องการแก้ปัญหาด้วยตนเองต้องการคิดวิเคราะห์ ต้องการทำงานอย่างรวดเร็ว ต้องการเข้าใจถึงกฎเกณฑ์และกฎระเบียบ

พฤติกรรม : ต้องการควบคุมสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง เน้นข้อเท็จจริง ใจร้อน แม่นยำ

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- ยึดหลักความเป็นจริง ตรงไปตรงมา
- คิดก่อนที่จะสื่อสาร

การมอบหมายงาน

- เข้มงวดกับการมอบหมายงานอย่างมาก
- จะคอยควบคุมการทำงานอย่างใกล้ชิดและเข้มงวด

การตัดสินใจ

- จะตัดสินใจอย่างชัดเจนและรวดเร็วหากทำตามแบบอย่างที่มีอยู่แล้ว
- สามารถจัดการปัญหาได้อย่างดีเมื่ออยู่ในขอบเขตความสามารถของตน

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ไม่ชอบความเสี่ยง
- อนุรักษ์นิยมหรือไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง

จุดเด่น

- สามารถสร้างแบบแผนและทำตามแผนงานได้อย่างดี
- คาดการณ์ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้
- มีการทำงานแบบเชิงรุกและมุ่งมั่นในเรื่องของผลลัพธ์
- นำข้อมูลมาคิดวิเคราะห์ก่อนลงมือปฏิบัติ

ข้อควรระวัง

- อาจไม่มอบหมายอำนาจให้ผู้อื่นช่วยจัดการหรือช่วยงาน
- ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงแบบกะทันหัน
- อาจรู้สึกไม่สบายใจหากตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ชัดเจน

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้รายละเอียดกับพวกเขา Controllers ต้องการเข้าใจสิ่งที่คุณพูด
- เนื่องจาก Controllers ชอบทำตามแบบอย่างที่มีมา เพราะฉะนั้นระบุความรับผิดชอบที่ชัดเจนให้กับพวกเขา
- ติดตามงานและตรงต่อเวลา Controllers ชอบทำงานอย่างตรงเวลา

3. Specialist มีความแม่นยำสูง ถึงแม้จะต้องใช้เวลาในการพิสูจน์ความสามารถของผู้อื่น แต่ก็พร้อมที่จะให้ความเคารพในเรื่องตำแหน่งหน้าที่

ความต้องการ : ต้องการแรงกระตุ้น ต้องการโอกาสในการทำงานกับข้อเท็จจริง ต้องการทำงานอย่างรวดเร็วกว่ามาตรฐาน ต้องการเข้าใจถึงกฎเกณฑ์และกฎระเบียบ

พฤติกรรม : ปฏิบัติตามนโยบายของบริษัท เน้นข้อเท็จจริง ทำงานเร็ว แม่นยำ

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- เก็บความรู้สึก ครุ่นคิด
- คิดก่อนที่จะสื่อสาร

การมอบหมายงาน

- ต้องการใช้เวลาในการสร้างความเชื่อใจ
- จะมอบหมายงานอย่างมีแบบแผนขั้นตอนโดยละเอียด

การตัดสินใจ

- คิดตัดสินใจอย่างระมัดระวัง
- ต้องการข้อมูลรายละเอียดก่อนการตัดสินใจ

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงและระมัดระวัง
- ลงมือปฏิบัติสิ่งต่างๆ อย่างรวดเร็ว

จุดเด่น

- เข้าอก เข้าใจและพร้อมให้ความร่วมมือ
- คิดวิเคราะห์อย่างละเอียดก่อนที่จะสื่อสารข้อมูลออกไป
- มีระเบียบวินัยที่เคร่งครัดและแน่วแน่

ข้อควรระวัง

- ระมัดระวังอย่างมากก่อนจะลงมือทำ

- อาจสื่อสารน้อยและตรงไปตรงมาเกินไป
- อาจรู้สึกไม่สบายใจหากตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ชัดเจน

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้ความเวลาพวกเขาในการพัฒนาศักยภาพ พวกเขาจะมีความมั่นใจมากขึ้นหากได้เรียนรู้หรือมีประสบการณ์ที่เพียงพอ
- ให้ความชัดเจนกับ Specialists แล้วพวกเขาจะสามารถปฏิบัติงานได้โดยปราศจากความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดความผิดพลาด
- ชื่นชมความสามารถของพวกเขา จะช่วยให้พวกเขารู้สึกดี

4. Strategist จะให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ มีความคิดสร้างสรรค์และชอบการคิดวิเคราะห์

พร้อมที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ความต้องการ : ต้องการเข้าใจภาพรวม ต้องการงานด้วยข้อเท็จจริง ต้องการความหลากหลายและความยืดหยุ่น ต้องการเวลาในการพัฒนาศักยภาพ

พฤติกรรม : อิสระ ไตร่ตรอง เข้มงวด มีระเบียบ

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- เก็บความรู้สึก ครุ่นคิด
- สั่งการ

การมอบหมายงาน

- มอบหมายให้ปฏิบัติงานมากกว่าให้รับผิดชอบ แต่เข้มงวดกับทั้งสองแบบ
- คอยควบคุมการทำงานอย่างสม่ำเสมอ

การตัดสินใจ

- มุ่งเน้นเรื่องผลลัพธ์
- เด็ดขาด

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- คิดค้นสิ่งใหม่ๆ สร้างแรงจูงใจให้ตนเอง
- คำนวณความเสี่ยงก่อนลงมือทำ

จุดเด่น

- สามารถมองภาพรวมและคาดการณ์ปัญหาได้
- สามารถจัดการกับความกดดันและการทำงานหลายๆ อย่างได้
- ติดตามงานอย่างมีระบบและระเบียบ

ข้อควรระวัง

- อาจดูเป็นคนหัวแข็งและตรงไปตรงมา
- อาจไม่ชอบงานที่ล่าช้าและสภาพแวดล้อมที่เฉื่อยชา
- อาจดูเป็นคนที่ต้องการความสมบูรณ์แบบ

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- Strategists ต้องการงานทุกอย่างให้เสร็จอย่างรวดเร็ว

- ต้องการทิศทางการทำงาน ต้องการงานให้เสร็จอย่างถูกต้อง
- ให้ความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพ พวกเขาต้องการความมั่นใจในความรู้ของตน

5. **Venturer** มีแรงผลักดันในตนเอง มีความคิดริเริ่ม มุ่งเน้นไปที่เป้าหมาย ชอบความเสี่ยง

ความต้องการ : อิสระ ต้องการโอกาสในการคิดไตร่ตรอง ต้องการความหลากหลาย ต้องการอิสระจากแบบแผนหรือกฎระเบียบ

พฤติกรรม : สั่งการ คิดวิเคราะห์ มีแรงผลักดันในตนเอง คิดนอกกรอบ

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- ตรงไปตรงมา สื่อสารด้วยข้อเท็จจริง เปิดเผย ไม่อ้อมค้อม
- สั่งการ

การมอบหมายงาน

- ลังเลในการที่จะมอบหมายอำนาจหรือความรับผิดชอบที่สำคัญให้ผู้อื่น
- มอบหมายงานที่ต้องลงรายละเอียดอย่างอิสระ

การตัดสินใจ

- แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- ให้ความสำคัญกับการตัดสินใจของตนเองมากกว่าผู้อื่น

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ริเริ่มสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง
- สามารถรับความเสี่ยงได้

จุดเด่น

- ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงและจัดการความไม่แน่นอน
- สามารถมองภาพรวมและคาดการณ์ปัญหาที่อาจจะเกิดได้
- มีเป้าหมายชัดเจนต่อสถานการณ์ต่างๆ ทั้งการทำงานและเรื่องคน

ข้อควรระวัง

- อาจดูเหมือนเป็นคนหัวแข็งและตรงไปตรงมา
- อาจไม่พอใจและไม่สบายใจเมื่อต้องถูกควบคุมอย่างใกล้ชิด
- อาจไม่ทำตามแบบแผนหรือทิศทางที่วางไว้

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- เน้นไปที่ผลลัพธ์เป็นหลัก Venturers จะกังวลในเรื่องของการบรรลุเป้าหมายมากกว่าเรื่องรายละเอียด
- อย่าควบคุมจุกจิก ให้พวกเขาได้พิสูจน์ตนเอง
- อย่าขัดขวางการทำงานของ Venturers เพราะพวกเขาต้องการทำให้สิ่งต่างๆ สำเร็จลุล่วงอย่างรวดเร็ว

กลุ่มที่ 2 สังคม (Social)

จำนวน 4 คน

กลุ่มสังคม จะมีความต้องการในการปฏิบัติสัมพันธ์กับผู้อื่นที่สูงกว่าความต้องการอื่นๆ ในที่ทำงาน คนเหล่านี้จะให้ความสำคัญในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. **Altruist** เป็นคนเข้ากับผู้อื่นได้ดีและชอบให้ความร่วมมือ มีจรรยาบรรณที่เที่ยงตรง

ความต้องการ : ต้องการความสามัคคี ต้องการปฏิสัมพันธ์และร่วมมือกับผู้อื่น ต้องการการจัดการงานที่มีความหลากหลาย และต้องการทราบความคาดหวังที่ชัดเจน

พฤติกรรม : ให้ความร่วมมือ ชอบเข้าสังคม รวดเร็ว มีการทำงานที่เป็นระบบ

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย กระตือรือร้น
- เป็นนักพูดที่โน้มน้าวใจคน

การมอบหมายงาน

- ติดตามงานอย่างใกล้ชิดเมื่อมอบหมายให้ปฏิบัติงานไปแล้ว

การตัดสินใจ

- ชักชวนให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ
- ตัดสินใจด้วยความระมัดระวัง

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ระมัดระวัง ไม่ชอบความเสี่ยง
- ตอบสนองต่อความกดดันได้ดี

จุดเด่น

- สร้างความร่วมมือร่วมใจให้เกิดขึ้นในทีม
- ติดตามงานอย่างเป็นระบบและละเอียด
- สามารถทำงานหลากหลายพร้อมกันได้ สามารถจัดลำดับความสำคัญได้

ข้อควรระวัง

- อาจดูเหมือนเป็นคนระมัดระวังมากเกินไปและไม่มีแผนที่ชัดเจน
- อาจมองโลกในแง่ดีหรือไว้วางใจผู้อื่นมากเกินไป
- อาจรู้สึกหงุดหงิดเมื่อต้องอยู่ในสถานการณ์ที่เฉื่อยชา

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้แนวทางการทำงานกับพวกเขา Altruists ต้องการความชัดเจนทั้งในเรื่องงาน ความรับผิดชอบและความสัมพันธ์
- Altruists ต้องการความหลากหลายในการทำงาน
- ให้โอกาสพวกเขาได้ช่วยเหลือหรือร่วมมือกับคุณ พวกเขาชอบเป็นส่วนหนึ่งของทีม

2. Captain เป็นนักแก้ปัญหา ชอบการเปลี่ยนแปลงและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในขณะที่ต้องการควบคุมภาพรวม

ความต้องการ : ต้องการอิสระ ต้องการสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่น ต้องการความหลากหลายและการเปลี่ยนแปลง ต้องการความยืดหยุ่น

พฤติกรรม : ทำทนาย ชอบแข่งขัน กระตือรือร้น มีแรงผลักดันด้วยตนเอง คิดนอกกรอบ

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- สื่อสารแบบควบคุม สั่งการ
- เป็นผู้ที่สื่อสารได้อย่างคล่องแคล่ว

การมอบหมายงาน

- มอบหมายความรับผิดชอบและงานที่มีรายละเอียดอย่างอิสระ

การตัดสินใจ

- แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- ต้องการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- สามารถรับความเสี่ยงได้ ตอบสนองต่อความกดดันได้ดี
- มีแรงผลักดันในตนเอง

จุดเด่น

- มีความต้องการที่จะเป็นผู้นำและสร้างการเปลี่ยนแปลง
- มุ่งเน้นเรื่องคน เข้ากับคนง่าย
- สามารถรับมือกับความกดดันทางด้านเวลาและการเปลี่ยนแปลงได้

ข้อควรระวัง

- อาจดูเหมือนชอบสั่งการ
- อาจพูดเร็วและห้วน
- อึดอัดที่จะต้องทำตามแบบแผนหรือแนวทางที่กำหนดไว้

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้พื้นที่กับพวกเขา เนื่องจากพวกเขาต้องการอิสระในการทำสิ่งต่างๆ
- ให้โอกาสพวกเขาได้เรียนรู้ พัฒนาหรือได้แสดงความรับผิดชอบ
- ทำทนายพวกเขา Captain ชอบปัญหาหายากๆ

3. Collaborator นั้นเป็นมิตรกับทุกคน เข้าอกเข้าใจ มีความกระตือรือร้นและเป็นเพื่อนร่วมทีมที่อดทน

ความต้องการ : ไม่ต้องการการแข่งขัน ต้องการทำงานร่วมกับผู้อื่น ต้องการทีมที่คอยสนับสนุน ต้องการอิสระในการแสดงความคิดเห็น

พฤติกรรม : ให้ความร่วมมือ เห็นอกเห็นใจ อดทน สบายๆ

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- เปิดเผย เข้าถึงได้ง่าย พูดโน้มน้าว ชักจูงใจ
- เป็นผู้ฟังที่เข้าอกเข้าใจผู้อื่น

การมอบหมายงาน

- มอบหมายอำนาจและให้ปฏิบัติงานอย่างอิสระ

การตัดสินใจ

- ต้องการให้ทุกคนร่วมกันตัดสินใจ

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ไม่ชอบความเสี่ยง
- ปฏิบัติงานเชิงรับมากกว่าเชิงรุก

จุดเด่น

- เข้าอกเข้าใจและให้ความร่วมมือ
- มุ่งเน้นเรื่องคน เข้ากับคนง่าย
- ออดทนกับการทำงานซ้ำๆ ได้

ข้อควรระวัง

- ไม่ชอบการตัดสินใจที่ต้องขัดแย้งกับผู้อื่น
- ไม่ชอบการทำงานที่ต้องลงรายละเอียด
- บางครั้งอาจดูเหมือนว่าเป็นคนสบายๆ มากเกินไป

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้พวกเขาได้ร่วมมือ เพราะพวกเขาชอบที่จะสื่อสารและได้งานร่วมกับผู้อื่น
- แสดงความรักให้กับพวกเขา และพวกเขาต้องการความสม่ำเสมอ การดูแลและการสนับสนุนที่ไว้ใจได้
- เป็นกันเองกับพวกเขา Collaborators ไม่ชอบการแข่งขันที่กดดัน

4. Maverick นั้นมีความคิดสร้างสรรค์ คิดนอกกรอบและไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว

ความต้องการ : ความต้องการท้าทาย ต้องการโอกาสในการโน้มน้าว ชักจูงผู้อื่น ต้องการความหลากหลาย

ไม่ต้องการกฎระเบียบและการควบคุม

พฤติกรรม : ชอบเสี่ยง กระตือรือร้น มีแรงผลักดันในตนเอง ออดทนต่อความไม่แน่นอน

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- สื่อสารอย่างมีพลัง ตรงไปตรงมา
- มีชีวิตชีวา สั่งการ

การมอบหมายงาน

- มอบหมายงานอย่างอิสระและติดตามงานอย่างไม่เข้มงวด

การตัดสินใจ

- คิดค้นแนวทางใหม่ๆ
- ตัดสินใจด้วยความมั่นใจ

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ชอบความเสี่ยง ทำอย่างไรก็ได้ให้บรรลุเป้าหมายโดยไม่คำนึงถึงวิธีการ
- ตอบสนองอย่างรวดเร็ว

จุดเด่น

- ตอบสนองต่อความท้าทายและความกดดันได้ดี
- มีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการคนให้เข้ากับแผนงาน
- มุ่งเน้นที่เป้าหมาย

ข้อควรระวัง

- อาจดูเหมือนเป็นคนหัวแข็ง
- อาจหงุดหงิดหากงานล่าช้า
- อาจไม่ทำตามแบบแผนหรือแนวทางที่กำหนดไว้
- ต้องคอยเตือนให้รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นบ้าง

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- มอบอำนาจให้พวกเขา Maverick ต้องการที่จะดำเนินงานตามความคิดของตนเอง
- ให้อิสระพวกเขา เพราะ Maverick ชอบอิสระและความยืดหยุ่น
- คอยเตือนพวกเขาเรื่องรายละเอียด เพราะพวกเขามุ่งเน้นที่เป้าหมายจนอาจมองข้ามรายละเอียดไป

5. Maverick นั้นมีความคิดสร้างสรรค์ คิดนอกกรอบและไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว

ความต้องการ : ความต้องการท้าทาย ต้องการโอกาสในการโน้มน้าว ชักจูงผู้อื่น ต้องการความหลากหลาย ไม่ต้องการกฎระเบียบและการควบคุม

พฤติกรรม : ชอบเสี่ยง กระตือรือร้น มีแรงผลักดันในตนเอง อดทนต่อความไม่แน่นอน

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- สื่อสารอย่างมีพลัง ตรงไปตรงมา
- มีชีวิตชีวา สิ่งการ

การมอบหมายงาน

- มอบหมายงานอย่างอิสระและติดตามงานอย่างไม่เข้มงวด

การตัดสินใจ

- คิดค้นแนวทางใหม่ๆ
- ตัดสินใจด้วยความมั่นใจ

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ชอบความเสี่ยง ทำยังไงก็ได้ให้บรรลุเป้าหมายโดยไม่คำนึงถึงวิธีการ
- ตอบสนองอย่างรวดเร็ว

จุดเด่น

- ตอบสนองต่อความท้าทายและความกดดันได้ดี
- มีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการคนให้เข้ากับแผนงาน
- มุ่งเน้นที่เป้าหมาย

ข้อควรระวัง

- อาจดูเหมือนเป็นคนหัวแข็ง
- อาจหงุดหงิดหากงานล่าช้า
- อาจไม่ทำตามแบบแผนหรือแนวทางที่กำหนดไว้
- ต้องคอยเตือนให้รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นบ้าง

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- มอบอำนาจให้พวกเขา Maverick ต้องการที่จะดำเนินงานตามความคิดของตนเอง
- ให้อิสระพวกเขา เพราะ Maverick ชอบอิสระและความยืดหยุ่น
- คอยเตือนพวกเขาเรื่องรายละเอียด เพราะพวกเขามุ่งเน้นที่เป้าหมายจนอาจมองข้ามรายละเอียดไป

6. Promoter เป็นคนสบายๆ เปิดเผย โน้มน้าวใจผู้อื่น และชอบสื่อสารแบบกันเองมากกว่า

ทางการ

ความต้องการ : ความต้องการปรองดอง ต้องการการยอมรับในสังคม ต้องการทีมที่คอยสนับสนุน ต้องการอิสระจากกรอบการทำงานและความคาดหวัง

พฤติกรรม : ชอบให้ความร่วมมือ ชอบเข้าสังคม อดทน ยืดหยุ่น

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- สื่อสารอย่างคล่องแคล่ว พูดจาโน้มน้าวได้ดี
- เห็นอกเห็นใจ เป็นผู้ฟังที่ดี

การมอบหมายงาน

- มอบหมายงานให้ทำอย่างอิสระและติดตามงานอย่างไม่เข้มงวด

การตัดสินใจ

- ชอบคิดนอกกรอบ

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ไม่ชอบความกดดัน

จุดเด่น

- สามารถสร้างแรงจูงใจ สื่อสารแบบปลุกใจหรือกระตุ้นได้
- ยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ต่างๆ และเรื่องคน
- ไม่ต้องการคำตอบว่าทำไม่ได้

ข้อควรระวัง

- อาจดูเหมือนพูดมากเกินไป หรือพูดโดยไม่ใส่ใจ
- อาจดูเหมือนคนสบายๆ หรือเปิดเผยเกินไป
- บางครั้งอาจยึดความรู้สึกของตนเองมากกว่าเป้าหมาย

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้พวกเขาได้เข้าสังคม เพราะพวกเขาชอบที่จะสื่อสาร
- ให้อิสระ พวกเขาชอบงานที่ไม่มีแบบแผนและไม่ชอบรายละเอียด
- ให้พวกเขาได้ออกไปขาย เพราะพวกเขาชอบที่จะโน้มน้าวและจูงใจผู้อื่น

กลุ่มที่ 3 มั่นคง แน่นนอน (Stabilizing)

จำนวน 2 คน

กลุ่มมั่นคง แน่นนอน ชอบให้ความร่วมมือและให้ความช่วยเหลือ อาจสื่อสารเท่าที่จำเป็น คนที่อยู่ในกลุ่มนี้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นคนแนวแน่และสามารถปฏิบัติงานได้ดีหากมีแบบแผนและขั้นตอนที่ชัดเจน โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. Adapter เป็นเสมือนคนกลางที่คอยเชื่อมสิ่งต่างๆ สบายๆ และสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้

Adapters นั้นมีแรงผลักดันทั้งสี่ค่าอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน จึงไม่มีแรงผลักดันที่ชัดเจนที่กระตุ้นความต้องการหรือพฤติกรรมของพวกเขา Adapters อาจเป็นคนที่อ่านได้ยากเพราะว่าไม่มีแรงผลักดันที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่ชัดเจน ซึ่งความยืดหยุ่นนี้ถือเป็นจุดเด่นของคนกลุ่มนี้ พวกเขามีความหลากหลายและสามารถที่ปรับเปลี่ยนเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ ได้ Adapters สามารถทำงานกับคนได้หลายรูปแบบและเป็นเสมือนสะพานหรือกาวที่คอยเชื่อมทีมเข้าด้วยกัน พวกเขาสามารถที่จะเข้าใจถึงสถานการณ์ได้อย่างครอบคลุมและสามารถที่จะเข้าใจถึงความรู้สึกของผู้อื่นได้ (เป็นคนที่เอาใจเขา มาใส่ใจเรา)

ความต้องการ : ต้องการความหลากหลาย

พฤติกรรม : พฤติกรรมของพวกเขายืดหยุ่นมาก

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

-

การมอบหมายงาน

-

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

-

จุดเด่น

- ทำงานได้รอบด้าน ยืดหยุ่น

- เห็นอกเห็นใจ
- เป็นคนที่คอยเชื่อมทุกส่วนงานเข้าด้วยกัน

ข้อควรระวัง

- เดาใจได้ยาก
- พยายามใช้ประโยชน์จากการแสดงความคิดของ Adapters เพื่อลดความไม่ชัดเจนหรือการกระทำที่ไม่คาดคิด

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- คุยกับพวกเขาเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับพฤติกรรม แรงจูงใจและความชอบ
- เนื่องจากมีความยืดหยุ่นสูง Adapters อาจไม่มีพฤติกรรมที่ชัดเจนหรือไม่มีแรงจูงใจที่จะต้องการสิ่งต่างๆ

2. Craftsman ชอบช่วยเหลือผู้อื่นและชอบวิเคราะห์ ในขณะที่เดียวกันก็ผลิตงานที่มีความถูกต้องและแม่นยำสูง

ความต้องการ : ต้องการเข้าใจสิ่งต่างๆ ต้องการเวลาในการคิดวิเคราะห์ ต้องการสภาพแวดล้อมการทำงานที่มั่นคง ต้องการความรู้เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งงาน

พฤติกรรม : รับฟังผู้อื่น คิดวิเคราะห์ รอบคอบ สุขุม แม่นยำ

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- เก็บความรู้สึก ไม่ค่อยสื่อสาร
- รับฟังอย่างละเอียด

การมอบหมายงาน

- อาจมอบหมายงานบ้าง แต่จะติดตามงานอย่างระมัดระวัง

การตัดสินใจ

- คิดหาแนวทาง
- จะแสดงศักยภาพเมื่อต้องแก้ปัญหา

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ระมัดระวัง
- ละเอียด ปฏิบัติงานแบบเชิงรับ

จุดเด่น

- คาดการณ์ปัญหาล่วงหน้าได้
- มีวิธีการที่รอบคอบในการสื่อสารข้อมูล

ข้อควรระวัง

- บางครั้งอาจอ่อนไหวต่อคำวิจารณ์
- อาจมีปัญหาเมื่อต้องเผชิญแรงกดดันด้านเวลา
- อาจรู้สึกไม่สบายใจเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์ที่คลุมเครือ

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ถ้าหากคุณมีคำวิจารณ์ ให้พูดในเชิงบวกและมีแบบแผน
 - ชื่นชมพวกเขา Craftsman ต้องการการยอมรับในงานด้านเทคนิค
 - ให้รายละเอียดการทำงานกับพวกเขา Craftsman ชอบติดในเรื่องทางเทคนิคของงาน
- หมายเหตุ : ปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนประเภทจาก Craftsman เป็น Artisan

3. Guardian เป็นคนที่ให้ความช่วยเหลือผู้อื่น ชอบงานที่ต้องลงรายละเอียดและใช้ทักษะ

ความต้องการ : ต้องการความแน่ใจ ต้องการเวลาในการสร้างความเชื่อใจผู้อื่น ไม่ต้องการการเปลี่ยนแปลงลำดับความสำคัญ ไม่ต้องการความเสี่ยงจากการผิดพลาด

พฤติกรรม : ช่วยเหลือเกื้อกูล มีส่วนร่วมกับการทำงานต่างๆ มั่นคง แข็งขัน

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- เก็บความรู้สึก เป็นทางการ
- สื่อสารแบบลงรายละเอียด

การมอบหมายงาน

- ไม่ค่อยมอบหมาย
- ยึดมั่นในงานของตน

การตัดสินใจ

- ต้องการการตัดสินใจอย่างเป็นเอกฉันท์
- ทำตามแบบแผนที่มี

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- อนุรักษ์นิยม ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ระวัง
- ไม่ต้องการความเสี่ยง

จุดเด่น

- มีวิธีการที่รอบคอบ
- ให้ความสำคัญกับรายละเอียดอย่างลึกซึ้ง
- มีวินัยและแนวแน่

ข้อควรระวัง

- อาจอ่อนไหวต่อคำวิจารณ์
- อาจหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง
- อาจจะยึดติดเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์ที่คลุมเครือ

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้การอบรมกับพวกเขา Guardian จะสามารถทำสิ่งต่างๆ ได้ดี เมื่อได้ทำตามแบบแผน
 - พยายามสนับสนุนพวกเขา เพราะพวกเขาไม่ชอบความขัดแย้ง
- พวกเขาชอบสภาพแวดล้อมการทำงานที่มั่นคง

4. Operator เป็นผู้ที่มีความอดทน ยุติธรรม สบายๆ และเป็นเพื่อนร่วมทีมที่พร้อมให้ความร่วมมือ

ความต้องการ : ต้องการความแน่ใจ ต้องการทำงานกับข้อเท็จจริง ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงลำดับความสำคัญ ต้องการเข้าใจในเรื่องของกฎระเบียบและแบบแผน

พฤติกรรม : ให้ความร่วมมือ จริงจัง มั่นคง ละเอียดถี่ถ้วน

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- ไม่เป็นทางการ สบายๆ
- จะรู้สึกสบายๆ

การมอบหมายงาน

- ไม่ค่อยมอบหมาย
- ยึดมั่นในงานของตน

การตัดสินใจ

- ต้องการการตัดสินใจอย่างเป็นเอกฉันท์
- ทำตามแบบแผนที่มี

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- อนุรักษ์นิยม ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ระวัง
- ไม่ต้องการความเสี่ยง

จุดเด่น

- มีวิธีการที่รอบคอบ
- ให้ความสำคัญกับรายละเอียดอย่างลึกซึ้ง
- มีวินัยและแนวแน่

ข้อควรระวัง

- อาจอ่อนไหวต่อคำวิจารณ์
- อาจหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง
- อาจจะยึดติดเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์ที่คลุมเครือ

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้การอบรมกับพวกเขา Guardian จะสามารถทำสิ่งต่างๆ ได้ดี เมื่อได้ทำตามแบบแผน
- พยายามสนับสนุนพวกเขา เพราะพวกเขาไม่ชอบความขัดแย้ง พวกเขาชอบสภาพแวดล้อมการทำงานที่มั่นคง

กลุ่มที่ 4 นักทำทนายและไม่ย่อท้อ (Persistent) จำนวน 3 คน

กลุ่มนักทำทนายและไม่ย่อท้อ มีความต้องการในการควบคุมสั่งการมากกว่าด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ในที่ทำงานคนกลุ่มนี้มุ่งเน้นในเรื่องงานละเอียดควบคุมการทำงานด้วยตนเอง โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. Individualist มีความเป็นตัวของตัวเองสูงและยืนกรานในความคิดของตน และมุ่งเน้นในเรื่องของผลลัพธ์

ความต้องการ : ต้องการอิสระ ต้องการงานโดยใช้ข้อเท็จจริง ไม่ต้องการการเปลี่ยนแปลงลำดับความสำคัญ ต้องการความยืดหยุ่น

พฤติกรรม : มั่นใจในตนเอง คิดวิเคราะห์ รอบคอบ ไม่ตามกฎระเบียบ

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- ตรงไปตรงมา สั่งการ
- ตามความเป็นจริง มีความเชื่อมั่นสูง

การมอบหมายงาน

- มอบหมายงานที่ต้องลงรายละเอียดให้ผู้อื่น

การตัดสินใจ

- แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- เด็ดขาด แน่วแน่

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- สามารถรับความเสี่ยงได้
- มีแนวทางใหม่ๆ หรือแนวทางการทำงานที่ไม่เหมือนใคร

จุดเด่น

- สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงและจัดการสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน
- เป็นนักแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์
- สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการขององค์กร

ข้อควรระวัง

- อาจดูเหมือนเป็นคนดื้อหรือยึดความเห็นตัวเองเป็นหลัก
- อาจเป็นคนหัวแข็งและใช้อำนาจ
- อาจไม่ชอบเมื่อต้องอยู่ในสถานการณ์ที่มีกฎเกณฑ์หรือกรอบการทำงานเยอะ

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้พื้นที่พวกเขาได้พัฒนาหรือใช้ความคิดของพวกเขาเอง
- ทำทนายพวกเขา เพราะว่าพวกเขาชอบจัดการกับปัญหาและความท้าทายต่างๆ
- ให้โอกาสพวกเขาได้บริหารจัดการ โดยใช้ไอเดียใหม่ๆ การเปลี่ยนแปลง หรือความเสี่ยง

2. Scholar เป็นคนที่มีความแม่นยำ เจียบขริ่ม มีจินตนาการ และมีความต้องการทางด้านเทคนิคที่สูง

ความต้องการ : ต้องการอิสระ ต้องการเวลาพินิจ พิจารณา ต้องการสภาพแวดล้อมการทำงานที่มั่นคง ไม่ต้องการความเสี่ยงจากข้อผิดพลาด

พฤติกรรม : ต้องการควบคุมสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง ครุ่นคิด รอบคอบ เจียบขริ่ม

สไตล์การทำงาน :

การสื่อสาร

- ไม่ค่อยสื่อสาร เก็บความรู้สึก
- สื่อสารแบบใช้อำนาจ สั่งการ

การมอบหมายงาน

- ไม่ค่อยมอบหมายงานหรือความรับผิดชอบให้ผู้อื่น

การตัดสินใจ

- คิดวิเคราะห์ มีจินตนาการ
- ระมัดระวัง ตัดสินใจตามแบบแผนที่มี

การลงมือทำงานและการรับความเสี่ยง

- ทำสิ่งต่างๆ ด้วยความแน่วแน่และมีระบบ
- ป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

จุดเด่น

- ใช้ข้อมูลในการทำสิ่งต่างๆ, คิดวิเคราะห์
- มีวินัยและแน่วแน่
- ติดตามงานอย่างมีระบบระเบียบ

ข้อควรระวัง

- อาจรู้สึกระแวงระวังเมื่อต้องปฏิบัติตามแนวทางใหม่ๆ หรือแนวทางที่อาจมีความขัดแย้ง
- อาจเป็นกังวลเมื่อต้องการหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง
- อาจรู้สึกไม่สบายใจเมื่ออยู่ในสภาพแวดล้อมใหม่ๆ หรือสถานการณ์ที่ต้องเข้าสังคม

แนวการทำงานกับคนโปรไฟล์นี้

- ให้เวลากับพวกเขาได้คิดวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วน
- พวกเขาต้องการพัฒนาความเชี่ยวชาญ เพราะฉะนั้นให้โอกาสพวกเขาได้พัฒนา
- พวกเขาต้องการบริหารจัดการงานของตนเอง อย่าควบคุมพวกเขามากเกินไป

3. การเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น

ตามที่คณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา (ก.พ.อ.) ได้ปรับระบบการบริหารงานบุคคลของข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา จากระบบจำแนกตำแหน่งตามมาตรฐานกลางสิบเอ็ดระดับ เป็นระบบจำแนกตำแหน่งตามกลุ่มลักษณะงาน ซึ่งเป็นการจัดประเภทตำแหน่งตามลักษณะงานและจัดระดับตำแหน่งตามคุณภาพและความยากง่ายของงาน และได้ออกประกาศ ก.พ.อ. เรื่องมาตรฐานการกำหนดระดับตำแหน่งและการแต่งตั้งข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้น พ.ศ.2553 มีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2553 โดยสาระสำคัญของประกาศดังกล่าวประกอบด้วย การกำหนดระดับตำแหน่งโดยใช้หลักค่างานและการประเมินบุคคลเข้าสู่ตำแหน่ง โดยใช้หลักสมรรถนะ ซึ่งองค์ประกอบในการแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้นนั้นประกอบด้วยสองส่วน ได้แก่ ตำแหน่งและบุคคล

มหาวิทยาลัยจึงต้องวิเคราะห์ภารกิจของหน่วยงานเพื่อพิจารณากำหนดระดับตำแหน่งและจำนวนตำแหน่งที่พึงมีในหน่วยงานบนหลักการยึดถืองานเป็นหลัก การประเมินค่างานจึงเป็นการวัดคุณภาพของงานตามลักษณะงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ คุณภาพ และความยุ่งยากของงาน ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่ต้องการในการปฏิบัติงานในหน่วยงานนั้นๆ

เมื่อมหาวิทยาลัยกำหนดกรอบระดับและจำนวนตำแหน่งที่เหมาะสมสอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานแล้ว จึงจะดำเนินการเพื่อแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติและผลงานให้ดำรงตำแหน่งดังกล่าว โดยจะต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ ก.พ.อ. กำหนดตามระบบบริหารงานบุคคลใหม่

การจำแนกประเภทตำแหน่งและระดับตำแหน่ง

ประเภทตำแหน่งที่ต้องทำการวิเคราะห์ค่างานเพื่อกำหนดระดับตำแหน่ง ได้แก่ ข้าราชการ พลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา สายสนับสนุน สามารถแบ่งประเภทตำแหน่งและระดับตำแหน่งได้ ดังนี้

ตำแหน่งประเภททั่วไป แบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- 1) ระดับปฏิบัติงาน
- 2) ระดับชำนาญงาน
- 3) ระดับชำนาญงานพิเศษ

ตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 1) ระดับปฏิบัติการ
- 2) ระดับชำนาญการ
- 3) ระดับชำนาญการพิเศษ
- 4) ระดับเชี่ยวชาญ
- 5) ระดับเชี่ยวชาญพิเศษ

เกณฑ์การตัดสินคะแนนประเมินค่างาน

การประเมินค่างานของแต่ละตำแหน่งจะมีเกณฑ์การตัดสินแตกต่างกันตามประกาศ ก.พ.อ.เรื่องมาตรฐานการกำหนดระดับตำแหน่งและการแต่งตั้งข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้น พ.ศ. 2553 โดยการประเมินค่างานเพื่อกำหนดระดับตำแหน่งสูงขึ้นจะมีหลักเกณฑ์การประเมินค่างานและแบบประเมินค่างานท้ายประกาศ ก.พ.อ. ดังนี้

ประเภทตำแหน่ง	ระดับตำแหน่ง	คะแนนเต็ม	เกณฑ์การตัดสิน	แบบประเมินค่างาน
ทั่วไป	ชำนาญงาน	100	ได้รับคะแนน 64 คะแนน ขึ้นไป	ตามประกาศ ก.พ.อ.
	ชำนาญงานพิเศษ	100	ได้รับคะแนน 84 คะแนน ขึ้นไป	
วิชาชีพเฉพาะ หรือเชี่ยวชาญ เฉพาะ	ชำนาญงาน	100	ได้รับคะแนน 64 คะแนน ขึ้นไป	ตามประกาศ ก.พ.อ.
	ชำนาญงานพิเศษ	100	ได้รับคะแนน 84 คะแนน ขึ้นไป	
	เชี่ยวชาญ	300	ได้รับคะแนน 170 คะแนน ขึ้นไป	
	เชี่ยวชาญพิเศษ	300	ได้รับคะแนน 235 คะแนน ขึ้นไป	
ประเภทตำแหน่ง	ระดับตำแหน่ง	คะแนนเต็ม	เกณฑ์การตัดสิน	แบบประเมินค่างาน
วิชาชีพเฉพาะ หรือเชี่ยวชาญ เฉพาะกรณี ตำแหน่งหัวหน้า หน่วยงาน	ชำนาญการ	100	ได้รับคะแนน 60 คะแนน ขึ้นไป	ตามประกาศ ก.พ.อ.
	ชำนาญการพิเศษ	100	ได้รับคะแนน 70 คะแนน ขึ้นไป	
	เชี่ยวชาญ	100	ได้รับคะแนน 80 คะแนน ขึ้นไป	

เมื่อมหาวิทยาลัย กำหนดกรอบระดับตำแหน่งและจำนวนตำแหน่งที่เหมาะสมสอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานแล้ว จึงจะดำเนินการเพื่อแต่งตั้งบุคคลที่มีคุณสมบัติและผลงานให้ดำรงตำแหน่งดังกล่าว จะต้องดำเนินการตามหลักเกณฑ์ของประกาศ ก.พ.อ. เรื่องมาตรฐานการกำหนดตำแหน่งและการแต่งตั้งข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้น พ.ศ.2553 และข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ว่าด้วยการกำหนดระดับตำแหน่งและการแต่งตั้งข้าราชการพลเรือน ในสถาบันอุดมศึกษาให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้น พ.ศ.2554 ซึ่งการประเมินเพื่อแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้น จะต้องมีความสัมพันธ์และมีการประเมินตามองค์ประกอบตามที่ ก.พ.อ.กำหนด ดังนี้

คุณสมบัติของบุคคลที่เข้ารับการประเมิน

ผู้ขอรับการประเมินต้องเป็นข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา หรือพนักงานในสถาบัน อุดมศึกษา สายสนับสนุน และต้องมีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งตรงตามมาตรฐานกำหนดตำแหน่งที่ ก.พ.อ.กำหนด ดังนี้

1) ตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ

ระดับชำนาญการพิเศษ

(1) เป็นข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาหรือพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดกรอบระดับตำแหน่งไว้แล้ว

(2) ต้องมีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง ที่ ก.พ.อ. กำหนด ดังนี้

- มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน ระดับปฏิบัติการ และ
- เคยดำรงตำแหน่งประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะ ระดับชำนาญการ มาแล้วไม่น้อยกว่า ๔ ปี หรือตำแหน่งประเภทอื่นตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ ก.พ.อ. กำหนด หรือ
- ดำรงตำแหน่งในระดับ 7 หรือเทียบเท่า มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี หรือ
- ดำรงตำแหน่งไม่ต่ำกว่าระดับ 6 หรือเทียบเท่า มาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี
- ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติมาแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ปี
- ได้รับเงินเดือนไม่ต่ำกว่าขั้นต่ำของระดับที่จะแต่งตั้ง

ระดับเชี่ยวชาญ

(1) เป็นข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาหรือพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดกรอบระดับตำแหน่งไว้แล้ว

(2) ต้องมีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง ที่ ก.พ.อ. กำหนด ดังนี้

- มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน ระดับปฏิบัติการ และ
- เคยดำรงตำแหน่งประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะ ระดับชำนาญการพิเศษ มาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี หรือตำแหน่งประเภทอื่นตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ ก.พ.อ. กำหนด หรือ
- ดำรงตำแหน่งในระดับ 8 หรือเทียบเท่า มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี หรือ
- ดำรงตำแหน่งไม่ต่ำกว่าระดับ 7 หรือเทียบเท่า มาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี
- ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติมาแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ปี
- ได้รับเงินเดือนไม่ต่ำกว่าขั้นต่ำของระดับที่จะแต่งตั้ง

ระดับเชี่ยวชาญพิเศษ

(1) เป็นข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาหรือพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดกรอบระดับตำแหน่งไว้แล้ว

(2) ต้องมีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งที่ ก.พ.อ. กำหนด ดังนี้

- มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน ระดับปฏิบัติการ และ
- เคยดำรงตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะ ระดับเชี่ยวชาญ มาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี หรือตำแหน่งประเภทอื่นตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ ก.พ.อ. กำหนด หรือ
- ดำรงตำแหน่งในระดับ 9 หรือเทียบเท่า มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี หรือ
- ดำรงตำแหน่งไม่ต่ำกว่าระดับ 8 หรือเทียบเท่า มาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ปี
- ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติมาแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ปี

- ได้รับเงินเดือนไม่ต่ำกว่าขั้นต่ำของระดับที่จะแต่งตั้ง

2) ตำแหน่งประเภททั่วไป

ระดับชำนาญงาน

(1) เป็นข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาหรือพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดกรอบระดับตำแหน่งไว้แล้ว

(2) ต้องมีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง ที่ ก.พ.อ. กำหนด ดังนี้

- มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน ระดับปฏิบัติงาน และ
- เคยดำรงตำแหน่งประเภททั่วไป ระดับปฏิบัติงานมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 6 ปี
- กำหนดเวลา 6 ปี ให้ลดเป็น 5 ปี สำหรับผู้ที่ได้รับการบรรจุและแต่งตั้งในคุณวุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพเทคนิคหรือคุณวุฒิอย่างอื่นที่เทียบได้ไม่ต่ำกว่านี้
- กำหนดเวลา 6 ปี ให้ลดเป็น 4 ปี สำหรับผู้ที่ได้รับการบรรจุและแต่งตั้งในคุณวุฒิประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงหรือคุณวุฒิอย่างอื่นที่เทียบได้ไม่ต่ำกว่านี้
- ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติมาแล้ว ไม่น้อยกว่า ๑ ปี

ระดับชำนาญงานพิเศษ

(1) เป็นข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาหรือพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดกรอบระดับตำแหน่งไว้แล้ว

(2) ต้องมีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่ง ที่ ก.พ.อ. กำหนด ดังนี้

- มีคุณสมบัติเฉพาะสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน ระดับปฏิบัติงานและ
- เคยดำรงตำแหน่งประเภททั่วไป ระดับชำนาญงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 ปี และ
- ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องซึ่งเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบและลักษณะงานที่ปฏิบัติมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 1 ปี

องค์ประกอบที่ใช้ในการประเมิน

ตำแหน่งประเภททั่วไป (ระดับชำนาญงานและระดับชำนาญงานพิเศษ)

- 1) ผลสัมฤทธิ์ของงานตามตัวชี้วัดของตำแหน่งที่ครองอยู่
- 2) ความรู้ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน
- 3) ผลงานที่แสดงความเป็นผู้ชำนาญงานหรือผู้ชำนาญงานพิเศษ
- 4) จริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

ตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ (กรณีปฏิบัติงานเฉพาะด้านหรือเฉพาะทาง)

ระดับชำนาญการ ระดับชำนาญการพิเศษ

- 1) ผลสัมฤทธิ์ของงานตามตัวชี้วัดของตำแหน่งที่ครองอยู่
- 2) ความรู้ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน
- 3) ผลงานที่แสดงความเป็นผู้ชำนาญการ หรือผู้ชำนาญการพิเศษ
- 4) จริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

ระดับเชี่ยวชาญ ระดับเชี่ยวชาญพิเศษ

- 1) ผลสัมฤทธิ์ของงานตามตัวชี้วัดของตำแหน่งที่ครองอยู่
- 2) ความรู้ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน
- 3) ผลงานที่แสดงความเป็นผู้ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้เชี่ยวชาญพิเศษ
- 4) การใช้ความรู้ความสามารถในงานสนับสนุนงานบริการวิชาการหรืองานวิชาชีพบริการต่อสังคม

ตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ (กรณีปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าหน่วยงานที่มีลักษณะใช้วิชาชีพและไม่ได้ใช้วิชาชีพ) ระดับชำนาญการ ระดับชำนาญการพิเศษ และระดับเชี่ยวชาญ

1) ผลสัมฤทธิ์ของงานตามตัวชี้วัดของตำแหน่งที่ครองอยู่และแนวคิดในการพัฒนาปรับปรุงงานในตำแหน่งใหม่

- 2) ความรู้ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน
- 3) สมรรถนะทางการบริหาร

หลักเกณฑ์การประเมินและเกณฑ์การตัดสินผลการประเมิน

ตามที่ข้อบังคับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ว่าด้วยการกำหนดระดับตำแหน่งและการแต่งตั้งข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้น พ.ศ.2554 ได้กำหนดให้เกณฑ์การตัดสินผลสัมฤทธิ์ของงาน ความรู้ความสามารถ ทักษะ สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน และสมรรถนะทางการบริหาร เป็นไปตามที่ ก.บ.ม.กำหนด ดังนั้นผู้จัดทำจึงขอสรุปหลักเกณฑ์การประเมินเพื่อแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้นแต่ละประเภท ตามที่ ก.บ.ม. กำหนด ดังนี้

ตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ (กรณีปฏิบัติงานเฉพาะด้านหรือเฉพาะทาง)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ได้มีประกาศ เรื่องหลักเกณฑ์การประเมินเพื่อแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้น ตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ ระดับชำนาญการและระดับชำนาญการพิเศษ โดยกำหนดเกณฑ์การตัดสินผลสัมฤทธิ์ของงาน ความรู้ความสามารถ ทักษะ สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน ผลงานที่แสดงความเป็นผู้ชำนาญการ ชำนาญการพิเศษ ดังนี้

ระดับชำนาญการ

องค์ประกอบของการประเมิน คะแนนเต็ม 300 คะแนน ดังนี้

- (1) ผลสัมฤทธิ์ของงาน ตามตัวชี้วัดของตำแหน่งที่ครองอยู่ 100 คะแนน
- (2) ความรู้ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน แบ่งเป็น
 - (ก) ความรู้ความสามารถ ทักษะ 100 คะแนน
 - (ข) สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน 100 คะแนน
- (3) ผลงานที่แสดงความเป็นผู้ชำนาญการ ได้แก่ คู่มือปฏิบัติงานหลักอย่างน้อยหนึ่งเล่ม
- (4) จริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

เกณฑ์การตัดสิน

ตำแหน่งระดับชำนาญการ ต้องได้รับคะแนนประเมินเฉลี่ยแต่ละข้อขององค์ประกอบในการประเมินในข้อ (1)ข้อ(2)(ก)(ข) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และคะแนนประเมินเฉลี่ยในภาพรวมทั้งสามข้อไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 และระดับคุณภาพของผลงานที่แสดงความเป็นผู้ชำนาญการอยู่ในระดับดีขึ้นไปโดยการตัดสินคุณภาพผลงานให้ใช้

คะแนนเสียงข้างมากของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้การแต่งตั้งต้องคำนึงถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพด้วย

ระดับชำนาญการพิเศษ

องค์ประกอบของการประเมิน คะแนนเต็ม 300 คะแนน ดังนี้

- (1) ผลสัมฤทธิ์ของงาน ตามตัวชี้วัดของตำแหน่งที่ครองอยู่ 100 คะแนน
- (2) ความรู้ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน แบ่งเป็น
 - (ก) ความรู้ความสามารถ ทักษะ 100 คะแนน
 - (ข) สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมิน 100 คะแนน
- (3) ผลงานที่แสดงความเป็นผู้ชำนาญการพิเศษ ได้แก่ คู่มือปฏิบัติงานหรืองานวิจัยหรือผลงานในลักษณะอื่น
- (4) จริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

เกณฑ์การตัดสิน

ตำแหน่งระดับชำนาญการพิเศษ ต้องได้รับคะแนนประเมินเฉลี่ยแต่ละข้อ ขององค์ประกอบในการประเมิน ในข้อ(1) ข้อ(2)(ก)(ข) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และคะแนนประเมินเฉลี่ย ในภาพรวมทั้งสามข้อไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 และระดับคุณภาพของผลงานที่แสดงความเป็นผู้ชำนาญการพิเศษ อยู่ในระดับดีขึ้นไป โดยการตัดสินคุณภาพผลงานให้ใช้คะแนนเสียงข้างมากของคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้การแต่งตั้งต้องคำนึงถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

ตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ (กรณีปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าหน่วยงานที่มีลักษณะใช้วิชาชีพและไม่ได้ใช้วิชาชีพ)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ได้มีประกาศเรื่องหลักเกณฑ์การประเมินเพื่อแต่งตั้งบุคคลให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ ระดับชำนาญการ และระดับชำนาญการพิเศษกรณีปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าหน่วยงานที่มีลักษณะใช้วิชาชีพและไม่ใช่วิชาชีพ โดยกำหนดเกณฑ์การตัดสินผลสัมฤทธิ์ของงาน ความรู้ความสามารถ ทักษะ สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งที่จะประเมินและสมรรถนะทางการบริหาร ดังนี้

องค์ประกอบของการประเมิน คะแนนเต็ม 350 คะแนน ดังนี้

- (1) ประเมินจากผลสัมฤทธิ์ของงานตามตัวชี้วัดของตำแหน่งที่ครองอยู่และแนวคิดในการพัฒนาปรับปรุงงานในตำแหน่งใหม่ 100 คะแนน
- (2) ประเมินจากความรู้ ความสามารถ และทักษะ 100 คะแนน
- (3) ประเมินจากสมรรถนะ 100 คะแนน ประกอบด้วย
 - (ก) สมรรถนะหลัก 50 คะแนน
 - (ข) สมรรถนะเฉพาะตามลักษณะงานที่ปฏิบัติ 50 คะแนน
- (4) สมรรถนะทางการบริหาร 50 คะแนน

เกณฑ์การตัดสิน

ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ ระดับชำนาญการพิเศษ กรณีปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าหน่วยงานที่มีลักษณะใช้วิชาชีพและไม่ใช้วิชาชีพ ต้องได้รับคะแนนประเมินเฉลี่ยแต่ละองค์ประกอบ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 และคะแนนประเมินเฉลี่ยในภาพรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 70

ปัจจุบันบุคลากรกองประชาสัมพันธ์ ได้ดำรงตำแหน่งพนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ระดับชำนาญการ จำนวน 4 คน และตำแหน่งพนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ระดับปฏิบัติการ จำนวน 6 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น (ชำนาญการพิเศษ)

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	สถานะ		หมายเหตุ
			การเข้าสู่ตำแหน่ง (ชำนาญการ)	การเข้าสู่ตำแหน่ง (ชำนาญการพิเศษ)	
1	นางสาวอภิญญา พูลทรัพย์	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ	เข้าสู่ตำแหน่ง วันที่ 8 ก.ค. 64	- สามารถเข้าสู่ตำแหน่งได้ตามกรอบที่มหาวิทยาลัย ได้กำหนดไว้ - ดำรงตำแหน่ง ระดับชำนาญการมาแล้ว 4 ปี - สามารถเข้าสู่ตำแหน่ง ได้ในวันที่ 8 ก.ค. 68 (เหลือเวลาอีก 1 ปี 1 เดือน)	
2	นางสาวแววดาว ญาณะ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ชำนาญการ	เข้าสู่ตำแหน่ง วันที่ 8 ก.ย. 65	- สามารถเข้าสู่ตำแหน่งได้ตามกรอบที่มหาวิทยาลัย ได้กำหนดไว้ - ดำรงตำแหน่ง ระดับชำนาญการมาแล้ว 4 ปี - สามารถเข้าสู่ตำแหน่ง ได้ในวันที่ 8 ก.ย. 69 (เหลือเวลาอีก 2 ปี 3 เดือน)	
3	นางสาวเยาว์วัลย์ จันทร์ตะมุล	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ชำนาญการ	เข้าสู่ตำแหน่ง วันที่ 1 ต.ค. 63	- สามารถเข้าสู่ตำแหน่งได้ตามกรอบที่มหาวิทยาลัย ได้กำหนดไว้ - ดำรงตำแหน่ง ระดับชำนาญการมาแล้ว 4 ปี - สามารถเข้าสู่ตำแหน่ง ได้ในวันที่ 1 ต.ค. 67 (เหลือเวลาอีก 4 เดือน)	
4	นายธนพล มุลประการ	นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ	เข้าสู่ตำแหน่ง วันที่ 28 ต.ค. 64	- สามารถเข้าสู่ตำแหน่งได้ตามกรอบที่มหาวิทยาลัย ได้กำหนดไว้ - ดำรงตำแหน่ง ระดับชำนาญการมาแล้ว 4 ปี - สามารถเข้าสู่ตำแหน่ง ได้ในวันที่ 28 ต.ค. 68 (เหลือเวลาอีก 1 ปี 4 เดือน)	

เงื่อนไข

- เป็นข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาหรือพนักงานในสถาบันอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดกรอบระดับตำแหน่งไว้แล้ว
- เคยดำรงตำแหน่งประเภทเชี่ยวชาญเฉพาะ ระดับชำนาญการ มาแล้วไม่น้อยกว่า 4 ปี หรือตำแหน่งประเภทอื่นตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ ก.พ.อ. กำหนด

รายงานการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น (ชำนาญการ)

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	สถานะ		หมายเหตุ
			วิเคราะห์ค่างาน	การเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น	
5	นางสาวอพัชรี ศิรินาโพธิ์	นักประชาสัมพันธ์	√	ผ่านการวิเคราะห์ค่างาน วันที่ 19 ต.ค. 66	
6	นายวิทยา กวีวิทยาภรณ์	นักประชาสัมพันธ์	√	ผ่านการวิเคราะห์ค่างาน วันที่ 12 ธ.ค. 66	
7	นางสาวรัชชตรี ธนรัตน์พิมลกุล	นักประชาสัมพันธ์	√	ผ่านการวิเคราะห์ค่างาน วันที่ 19 ต.ค. 66	
8	นางสาวสิริัญญา ณ นคร	นักประชาสัมพันธ์	√	ผ่านการวิเคราะห์ค่างาน วันที่ 19 ต.ค. 66	
9	นายเจษฎา สุภาพรเหมินทร์	นักวิชาการช่างศิลป์	√	ผ่านการวิเคราะห์ค่างาน วันที่ 7 พ.ค. 67	
10	นางสาวสุธาสินี ผู้อยู่สุข	นักวิชาการช่างศิลป์	X	-	

เครื่องมือการติดตามแผนการพัฒนารายบุคคล กองประชาสัมพันธ์
รอบที่ 2 ประจำปีงบประมาณ 2567 (เดือนเมษายน - กันยายน 2567)

ลำดับ	รายละเอียด	ปี 2567						หมายเหตุ
		เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	
1	นางสาวอภิญญา พูลทรัพย์							
	- การอบรมโครงการพัฒนาทักษะการผลิตวิดีโอสั้นด้วยโปรแกรมอัตโนมัติเพื่อใช้ในสื่อออนไลน์							
	- การอบรมหลักสูตรการเป็นหัวหน้างาน							
	- การอบรมเพิ่มทักษะการสร้างเนื้อหาการประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ							
2	นางสาวแววดาว ญาณะ							
	- โครงการศึกษาดูงานเพื่อการบริหารจัดการองค์กรและวิเคราะห์ประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานอธิการบดี มทร.ล้านนา ณ มทร.พระนคร ศูนย์เทเวศร์ กรุงเทพมหานครและ มทร.ตะวันออก จังหวัดชลบุรี							
	- อบรมเทคนิคการทำแผนกลยุทธ์องค์กร (11-12 กรกฎาคม 2567)							
3	นางสาวเยาว์วัลย์ จันทร์ตะมุล							
	- โครงการอบรมการจัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (IDP) ออนไลน์							

	- โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการให้องค์ความรู้และเตรียมความพร้อมการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบฐานข้อมูล SDGs ของมหาวิทยาลัย และระบบ Times Higher Education Impact Ranking สำหรับการรายงานข้อมูลเพื่อประเมิน Times Higher Education Impact Ranking 2523								
4	นางสาวอพัชรี ศิรินาโพธิ์								
	- โครงการพัฒนาทักษะการผลิตสื่อวิดีโอสั้นด้วย Capcut เพื่อใช้ในสื่อออนไลน์ กับ Influencer นักรีวิวชื่อดัง "ก้องภพเซาะรีวิว"								
	- โครงการอบรมสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล ด้วยชุดซอฟต์แวร์ Adobe Illustrator (Ai) และ Adobe Premiere Pro 2024								
	- หลักสูตรเสริมสร้างทักษะการออกแบบสื่ออินโฟกราฟิกอย่างสร้างสรรค์								
5	นางสาวสุธาสิณี ผู้อยู่เสมอ								
	- อบรมการสร้างสื่อดิจิทัลด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro								
	- อบรมการสร้างสื่อดิจิทัลด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator								
	- เข้าทดสอบ Adobe Certified Associate (ACA) มาตรฐานสำหรับนักออกแบบกราฟิกดีไซน์								
	- การจัดทำเอกสารประกอบการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น (ชำนาญการ)								
ลำดับ	รายละเอียด	ปี 2567						หมายเหตุ	
		เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.		

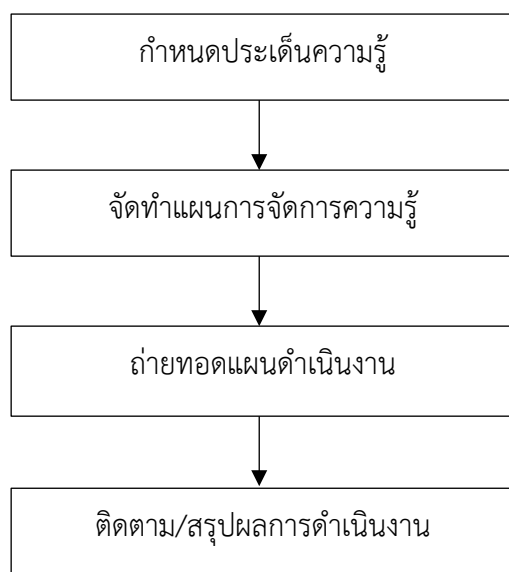
6	นายธนพล มุลประการ							
	- โครงการพัฒนาทักษะการผลิตสื่อวิดีโอสั้นด้วย Capcut เพื่อใช้ในสื่อออนไลน์ กับ Influencer							
	- โครงการอบรมการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล ด้วยชุดซอฟต์แวร์ Adobe Illustrator 2024 (Ai) และ Adobe Premiere Pro 2024 (Pr)							
	- คอร์สเรียนการทำเอฟเฟคด้วย Adobe After Effect							
	- คอร์สตัดต่อวิดีโอเทคนิคการตัดต่อที่ครบและเนื้อหาจัดเต็มที่สุด							
7	นางสาวสิริัญญา ณ นคร							
	- โครงการเปิดโลกทัศน์คนข่าวราชชมงคลล้านนา							
	- การอบรมหลักสูตรบุคลิกภาพในงานราชการ ศิลปะการวางตนของการทำงาน ศิลปะการพูด การเป็นพิธีกร และการจัดพิธีการอย่างมืออาชีพ							
	- การจัดทำเอกสารประกอบการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น (ชำนาญการ)							
8	นายเจษฎา สุภาพรเหมินทร์							
	- โครงการพัฒนาทักษะการผลิตสื่อวิดีโอสั้นด้วย Capcut เพื่อใช้ในสื่อออนไลน์ กับ Influencer							
	- การสร้างสรรค์สื่อวิดีโอดิจิทัลแบบมืออาชีพ ด้วย Adobe Pr สำหรับบุคลากร มทร. ล้านนา จัด "โครงการอบรมการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล ด้วยชุดซอฟต์แวร์ Adobe"							

	- การสร้างสรรค์สื่อวิดีโอดิจิทัลแบบมืออาชีพ ด้วย Adobe Ai สำหรับบุคลากร มทร. ล้านนา จัด "โครงการอบรมการสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล ด้วยชุดซอฟต์แวร์ Adobe"							
	- การจัดการนิทรรศการสำหรับมือใหม่							
	- การจัดทำเอกสารประกอบการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น (ชำนาญการ)							
9	นางสาวรัชชตรี ธนรัตน์พิมลกุล							
	- โครงการเปิดโลกทัศน์คนข่าวราชชมงคลล้านนา							
	- โครงการอบรมการจัดทำพอดแคสต์							
	- การอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตรายการสารคดีวิทยุกระจายเสียง							
	- การจัดทำเอกสารประกอบการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น (ชำนาญการ)							
10	นายวิทยา กวีวิทยากรณ์							
	- อบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายภาพเพื่อผลิตสื่อ							
	- ฝึกบินและควบคุม Drone							

1.8 แผนการจัดการองค์ความรู้

แผนการจัดการความรู้ ของประชาสัมพันธ์ ได้มีการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ของสำนักงานอธิการบดี และของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา กำหนดประเด็นความรู้ที่ต้องการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการดำเนินงานของกองประชาสัมพันธ์ ถ่ายทอดไปยังกลุ่มงานภายในกองประชาสัมพันธ์ เพื่อให้รับทราบประเด็นความรู้ที่หน่วยงานสามารถนำไปวางแผนจัดกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดผลสัมฤทธิ์

ขั้นตอนการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ของกองประชาสัมพันธ์



แผนการจัดการความรู้ กองประชาสัมพันธ์ ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2567 – 2570)

กระบวนการปฏิบัติงานที่สำคัญ	องค์ความรู้ที่ต้องการ	วิธีการได้มาซึ่งองค์ความรู้			ผลลัพธ์/รูปแบบองค์ความรู้	วิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้	กลุ่มบุคคลเป้าหมายที่ต้องได้รับความรู้
		วิธีการ	กำหนดเวลาแล้วเสร็จ	ผู้จัดการความรู้			
ทบทวนและเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง	เทคนิคการทำสื่อประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชุมผู้เกี่ยวข้องหารือการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษ 2. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3. ได้รู้รูปแบบการเผยแพร่ข้อมูล 	มี.ค. 67 – มี.ค. 68	กองประชาสัมพันธ์และงานวิเทศสัมพันธ์	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลากรกองประชาสัมพันธ์และงานวิเทศสัมพันธ์สามารถจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษ 2. ผู้รับข้อมูลภาคภาษาอังกฤษ เข้าใจสื่อประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของมหาวิทยาลัย 	แลกเปลี่ยนเรียนรู้	<ol style="list-style-type: none"> 1. บุคลากรทุกคนในกองประชาสัมพันธ์ 2. บุคลากรทุกคนในหน่วยงานวิเทศสัมพันธ์

นิยาม

การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM)

หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคล หรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กร สามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถแข่งขันสูงสุด

นพ.วิจารณ์ พานิช ได้ให้ความหมายของคำว่า “การจัดการความรู้” ไว้ คือ สำหรับนักปฏิบัติ การจัดการความรู้คือ เครื่องมือ เพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 4 ประการไปพร้อมๆ กัน ได้แก่

1. บรรลุเป้าหมายของงาน
2. บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน
3. บรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรเรียนรู้ และ
4. บรรลุความเป็นชุมชน เป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน

ประเภทขององค์ความรู้

ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (tacit knowledge)

ความรู้ที่ชัดเจน (explicit knowledge)

1. ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้ง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม

2. ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม

ขั้นตอน 6 ประการที่ควรดำเนินการ

1. กำหนดความรู้หลักที่จำเป็นหรือสำคัญต่องานและองค์กร
2. เสาะหาความรู้ที่ต้องการ
3. ปรับปรุง ดัดแปลง หรือสร้างความรู้ให้เหมาะต่อการใช้งานของตน
4. ประยุกต์ใช้ความรู้กับงานของตน
5. นำประสบการณ์จากการทำงานและการประยุกต์ใช้ความรู้แล้วมาแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และสกัด “ขุมความรู้” ออกมาบันทึกไว้
6. จัดบันทึก “ขุมความรู้” และ “แก่นความรู้” สำหรับไว้ใช้งานและปรับปรุงเป็นชุดความรู้ที่ครบถ้วน ลุ่มลึก และเชื่อมโยง ให้เหมาะกับการใช้งานมากขึ้น

วิธีการจัดการความรู้

เมื่อพิจารณาจากข้อกำหนดต่าง ๆ (multiple requirement) ตามเกณฑ์ EdPEX พบว่ามีประเด็นพิจารณาต่อไปนี้

- การรวบรวมและถ่ายทอดความรู้ของบุคลากร
- การผสมผสานและหาความสัมพันธ์ของข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่
- การถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์ ระหว่างหน่วยงานกับผู้เรียน ลูกค้ำกลุ่มอื่น ผู้ส่งมอบ คู่ความร่วมมือ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ
- การรวบรวมความรู้และถ่ายทอดความรู้ที่เป็นประโยชน์ไปใช้ใน การสร้างนวัตกรรมและในกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์

เครื่องมือต่าง ๆ ในการจัดการความรู้

- การศึกษาดูงาน (Study tour)
- การทบทวนหลังปฏิบัติการหรือการถอดบทเรียน (AAR)
- การเรียนรู้ร่วมกันหลังงานสำเร็จ (Retrospect)
- เรื่องเล่าเราพลัง (Springboard Storytelling)
- การค้นหาสิ่งดีรอบตัว หรือสุนทรียสาธก
- เวทีเสวนา หรือสุนทรียสนทนา (Dialogue)
- เพื่อนช่วยเพื่อน (Peer Assist)
- การเรียนรู้โดยการปฏิบัติ (Action Learning)
- มาตรฐานเปรียบเทียบ (Benchmarking)
- การสอนงาน (Coaching)
- การเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring)
- ฟอรัม ถาม – ตอบ (Forum)
- บทเรียนจากความผิดพลาด (Lesson Learning)
- เวทีกลุ่มเฉพาะ (Focus Group)
- การจัดเก็บความรู้ใน Web board, Intranet
- R2R, การนำเสนอผลงานวิชาการในที่ประชุมวิชาการ
- คู่มือการปฏิบัติงาน (Standard Operation Procedure: SOP)
- การเล่าเรื่องพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Coffee meeting)

เป้าหมายการจัดการความรู้เพื่อพัฒนา

- * งาน พัฒนางาน
- * คน พัฒนาคน
- * องค์กร เป็นองค์กรการเรียนรู้

โดยใช้การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุความสำเร็จและความมั่นคงในระยะยาว การจัดทำที่มิริเริ่ม ดำเนินการ การฝึกอบรมโดยการปฏิบัติจริง และดำเนินการต่อเนื่อง การจัดการระบบการจัดการความรู้

องค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ (Knowledge Process)

1. “คน” ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดเพราะเป็นแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์
2. “เทคโนโลยี” เป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้อย่างง่าย และรวดเร็วขึ้น
3. “กระบวนการความรู้” นั้น เป็นการบริหารจัดการ เพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้ เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุง และนวัตกรรม

องค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้ จะต้องเชื่อมโยงและบูรณาการอย่างสมดุล การจัดการความรู้ของกองประชาสัมพันธ์ จากพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 กำหนดให้ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ในส่วนราชการ เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวลผลความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและเหมาะสมต่อสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของข้าราชการในสังกัดให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้ร่วมกัน

ส่วนที่ 2 แผนปฏิบัติการ กองประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2567

แผนงานสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย

1. โครงการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์
2. โครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผลงานของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
3. โครงการส่งเสริมการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าราชมงคลล้านนา (867150+180,626.74)
4. โครงการส่งเสริมการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าราชมงคลล้านนา ตามแนวคิด กินได้ ใช้ได้ ขายได้ อยู่ได้ ในระยะที่ 2
5. โครงการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรผ่านผลิตภัณฑ์ตราสินค้าราชมงคลล้านนา
6. โครงการสืบสานสัมพันธ์สื่อมวลชน และเลี้ยงขอบคุณผู้สื่อข่าว
7. โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์
 - กิจกรรมจัดทำวีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัยฯ (495,000บาท)
 - กิจกรรมจัดทำวีดิทัศน์แนะนำ และแนะนำนักศึกษาใหม่ (100,000 บาท)
 - กิจกรรมประกวดคลิปสั้น (30,000บาท)
8. โครงการถ่ายภาพเพื่อสร้างภาพลักษณ์บุคลากร มทร.ล้านนา 6 พื้นที่
9. โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกียรติประวัติบุคลากรผู้ปฏิบัติราชการ ประจำปี
10. โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การจัดการศึกษา มทร.ล้านนา (E-book)
11. โครงการสำรวจการเป็นที่รู้จักมหาวิทยาลัย จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัย
12. โครงการประกวดตราสัญลักษณ์ครบรอบ 20 ปี แห่งการสถาปนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
13. โครงการประชุมเพื่อสร้างการสื่อสารองค์กรจากงานวิจัยสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ภายใต้กิจกรรมการจัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ในตราสินค้าราชมงคลล้านนา
14. กิจกรรมสนับสนุนงานสถานีวิทยุกระจายเสียง มทร.ล้านนา
 - ค่าทดสอบมาตรฐานทางเทคนิคของเครื่องวิทยุกระจายเสียง 7,500 บาท
 - ค่าการทดสอบแพร่แปลงปลอม 7,500 บาท
 - ค่าถ่ายถอดสัญญาณระบบวิทยุออนไลน์ 3,210 บาท
 - ค่าบอกรับสมาชิกโปรแกรมควบคุมการกระจายเสียง ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต SAM Broad caster PRO

แผนงานพัฒนาสมรรถนะด้านการสื่อสาร และศักยภาพบุคลากรงานประชาสัมพันธ์

1. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวและการเลือกใช้สื่อเพื่อการสื่อความหมายในยุคดิจิทัล
2. โครงการการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างพอดแคสต์เพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล
3. โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
4. โครงการจัดทำคู่มือประชาสัมพันธ์
5. โครงการเปิดโลกทัศน์นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพในยุคดิจิทัล
6. โครงการก้าวสู่การเป็นพิธีกรมืออาชีพ (M.C. Professional)
7. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ PRอาสา4
8. โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายภาพ
 - กิจกรรมการถ่ายภาพ เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์
 - กิจกรรมการถ่ายภาพ เพื่อใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

2.1 ตัวชี้วัดมหาวิทยาลัย

สอดคล้อง กับแผนปฏิบัติการราชการมหาวิทยาลัย

เรื่องที่ 1 การจัดการศึกษาเพื่อการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

กลยุทธ์ที่ 5 สร้างความตระหนักให้สังคมทราบถึงชื่อเสียงและคุณภาพของมหาวิทยาลัย

ตัวชี้วัดระดับกลยุทธ์

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย มทร.ล้านนา 67	ระดับ คะแนน ค.ต.ป.67	ผู้กำกับ	ผู้รายงานข้อมูล	ผู้ให้ข้อมูล	ระดับคะแนน	คำอธิบายเพิ่มเติม
กลยุทธ์ที่ 5 สร้างความตระหนักให้สังคมทราบถึงชื่อเสียงและคุณภาพของมหาวิทยาลัย								
15. จำนวนรางวัล/ประกาศเกียรติคุณ/กิจกรรมด้านวิชาการที่สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้แก่มหาวิทยาลัย	จำนวน	30	0-4	รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ และกิจการนักศึกษา	สอ. (กองประชาสัมพันธ์)	คณะ/วทส./พื้นที่	เกณฑ์การให้คะแนน ระดับ 4 = รางวัล/ประกาศเกียรติคุณ/กิจกรรมด้านวิชาการที่สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้แก่มหาวิทยาลัย จำนวน 30 รางวัล ขึ้นไป ระดับ 3 = รางวัล/ประกาศเกียรติคุณ/กิจกรรมด้านวิชาการที่สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้แก่มหาวิทยาลัย จำนวน 25-29 รางวัล ระดับ 2 = รางวัล/ประกาศเกียรติคุณ/กิจกรรมด้านวิชาการที่สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้แก่มหาวิทยาลัย จำนวน 20-24 รางวัล ระดับ 1 = รางวัล/ประกาศเกียรติคุณ/กิจกรรมด้านวิชาการที่สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้แก่มหาวิทยาลัย จำนวน 15-19 รางวัล ระดับ 0 = รางวัล/ประกาศเกียรติคุณ/กิจกรรมด้านวิชาการที่สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้แก่มหาวิทยาลัย จำนวนน้อยกว่า 15 รางวัล	กิจกรรมด้านวิชาการที่สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ให้แก่มหาวิทยาลัยที่ได้รับรางวัล/ประกาศเกียรติคุณ การกำหนดค่าเป้าหมาย ได้มาจากการประชุม ทบทวนยุทธศาสตร์ มทร. ล้านนา

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ค่าเป้าหมาย มทร.ล้านนา 67	ระดับ คะแนน ค.ต.ป.67	ผู้กำกับ	ผู้รายงานข้อมูล	ผู้ให้ข้อมูล	ระดับคะแนน	คำอธิบายเพิ่มเติม
16. จำนวนผลงานที่ได้รับการเผยแพร่ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสาธารณะ	ผลงาน	30	0-4	รองอธิการบดีฝ่าย วิชาการ และกิจการ นักศึกษา/อาจารย์ อัคร์สัจจา ดวงสุภา สิญจน์	สอ. (กองประชาสัมพันธ์)	คณะ/วทส./พื้นที่	เกณฑ์การให้คะแนน ระดับ 4 = ผลงานที่ได้รับการ ประชาสัมพันธ์ จำนวน 30 ผลงาน ขึ้น ไป ระดับ 3 = ผลงานที่ได้รับการ ประชาสัมพันธ์ จำนวน 25-29 ผลงาน ระดับ 2 = ผลงานที่ได้รับการ ประชาสัมพันธ์ จำนวน 20-24 ผลงาน ระดับ 1 = ผลงานที่ได้รับการ ประชาสัมพันธ์ จำนวน 15-19 ผลงาน ระดับ 0 = ผลงานที่ได้รับการ ประชาสัมพันธ์ จำนวนน้อยกว่า 15 ผลงาน	ผลงานที่ได้รับการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สาธารณะ การกำหนดค่าเป้าหมาย ได้มาจากการประชุม ทบทวนยุทธศาสตร์ มทร. ล้านนา

2.2 ตัวชี้วัด สำนักงานอธิการบดี

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพ การปฏิบัติงานของสำนักงานอธิการบดี
เป้าประสงค์ เพื่อพัฒนาและเสริมสร้างระบบการปฏิบัติงาน การพัฒนาบุคลากร บริหารจัดการทรัพยากร
ข้อ 6 : การประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการภาพรวมของสำนักงานอธิการบดี (ปชส.)

หน่วยนับ	เป้าหมาย				
	2565	2567	2568	2569	2570
ร้อยละ	4.00	4.25	4.50	4.50	4.75

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการบริหารจัดการและสร้างฐานวัฒนธรรมองค์กร
เป้าประสงค์ เพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล : เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล
ข้อ 9 : หน่วยงานภายใต้การบริหารงานสำนักงานอธิการบดีมีผลความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี ไม่น้อยกว่า ร้อยละ90 (ทุกหน่วยงาน)

หน่วยนับ	เป้าหมาย				
	2565	2567	2568	2569	2570
ร้อยละ	11	12	12	12	12

การตอบสนองยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย/สำนักงานอธิการบดี

แผนงานสำนักงานอธิการบดีที่สอดคล้องยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย เป้าหมาย 2567		
ชื่อแผนงาน	KPI RMUTL	KPI สอ.
15. แผนงานสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย (ปชส.)	25	6
16. แผนงานพัฒนาสมรรถนะด้านการสื่อสารและศักยภาพบุคลากรงานประชาสัมพันธ์ (ปชส.)	25	6

รายละเอียด	จำนวนแผนงาน	จำนวนผลลัพธ์	จำนวนโครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	KPI RMUTL
ภาพรวมสำนักงานอธิการบดี	46	48	287	176,598,242	25
7 กองประชาสัมพันธ์	2	3	22	4,740,142	25

2.3 แผนปฏิบัติการราชการกองประชาสัมพันธ์ ประจำปีงบประมาณ 2567

ชื่อแผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย ผลลัพธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปีงบประมาณ 2567												งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	ตอบสนอง		
				ไตรมาส ที่ 1			ไตรมาส ที่ 2			ไตรมาส ที่ 3			ไตรมาส ที่ 4					KPI ม.	KPI สอ.	
				ค.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.					
แผนงานสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดี ของมหาวิทยาลัย	O1 : เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารให้ ประชาคมรับรู้ เกี่ยวกับการ ดำเนินงานของ มหาวิทยาลัยอย่าง ถูกต้องและ ต่อเนื่อง O2 : สร้างทัศนคติ เชิงบวกและความ เชื่อมั่นต่อ มหาวิทยาลัย O3 : สร้างการ ยอมรับและมีส่วน ร่วมของเครือข่าย และกลุ่มเป้าหมาย ในการดำเนินงาน ตามยุทธศาสตร์ และแผนพัฒนา มหาวิทยาลัย O4 : สร้าง คลังข้อมูล สารสนเทศด้าน การประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัย O6 : ประเมินผล การสื่อสารการ	1. ร้อยละ 80 ของกลุ่มผู้มีส่วน ได้ส่วนเสียรู้จัก มหาวิทยาลัย 2. ผู้รับบริการมี ความพึงพอใจ ระดับดีมาก 3. ผู้ที่ได้ข้อมูล ผ่านช่องทางการ สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ มี ความพึงพอใจ ระดับดีมาก 4. ผู้ที่เข้าถึง ข้อมูลและการมี ส่วนร่วมไม่น้อย กว่า 5,000 ครั้ง ต่อเดือน	โครงการจัดทำป้าย ประชาสัมพันธ์												235,000.00	น.ส.อาพัชรี ศิริ นาโพธิ์ งานบริหารและ ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์	25, 26	5		
			โครงการ ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมผลงาน ของมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราช มงคลล้านนา													417,300.00	นางสาวสิริญา ณ นคร งานสื่อสาร องค์กรและข่าว	25, 26	5	
			โครงการส่งเสริม การพัฒนาและ สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ตรา สินค้าราชมงคล ล้านนา														1,047,800.00	น.ส.อภิญา พุลทรัพย์ งานสื่อสาร องค์กรและข่าว น.ส.แววดาว ญาณะ งานบริหารและ ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์	25, 26	5
			โครงการส่งเสริม การพัฒนาและ สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ตรา สินค้าราชมงคล ล้านนา ตาม แนวคิด กินได้														171,970.00	น.ส.อภิญา พุลทรัพย์ งานสื่อสาร องค์กรและข่าว	25, 26	5

ชื่อแผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย ผลลัพธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปีงบประมาณ 2567										งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	ตอบสนอง			
				ไตรมาส ที่ 1			ไตรมาส ที่ 2			ไตรมาส ที่ 3			ไตรมาส ที่ 4			KPI ม.	KPI สอ.		
				ค.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.					ส.ค.	ก.ย.
			- กิจกรรม ประกวดคลิปสั้น (30,000บาท)																
			โครงการถ่ายภาพ เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ บุคลากร มทร. ล้านนา 6 พื้นที่											92,600.00	น.ส.อาพัชรี ศิริ นาโพธิ์ นายธนพล มูล ประการ งานบริหารและ ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์	25, 26	5		
			โครงการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ เกียรติประวัติ บุคลากรผู้ปฏิบัติ ราชการ ประจำปี											215,800.00	น.ส.อาพัชรี ศิริ นาโพธิ์ น.ส.สุธาสินี ผู้ อยู่สุข น.ส.เยาว์วัลย์ จันทร์ตะมุ งานบริหารและ ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์	25, 26	5		
			โครงการจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์การ จัดการศึกษา มทร. ล้านนา (E-book)											130,000.00	น.ส.อาพัชรี ศิริ นาโพธิ์ งานบริหารและ ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ งาน ประชาสัมพันธ์ มทร.ล้านนา เชียงใหม่	25, 26	5		

ชื่อแผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย ผลลัพธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปีงบประมาณ 2567											งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	ตอบสนอง	
				ไตรมาส ที่ 1			ไตรมาส ที่ 2			ไตรมาส ที่ 3			ไตรมาส ที่ 4				KPI ม.	KPI สอ.
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.				
			เทคนิคของเครื่อง วิทยุกระจายเสียง 7,500 บาท															
			- ค่าการ ทดสอบแพร์ แปลงปลอม 7,500 บาท															
			- ค่าถ่ายทอด สัญญาณระบบวิทยุ ออนไลน์ 3,210 บาท															
			- ค่าบอกรับ สมาชิก โปรแกรมควบคุม การกระจายเสียง ผ่านระบบ อินเทอร์เน็ต SAM Broad caster PRO															
แผนงานพัฒนา สมรรถนะด้าน การสื่อสาร และ ศักยภาพ บุคลากรงาน ประชาสัมพันธ์	O5 : เพิ่มขีด ความสามารถของ บุคลากร ผู้รับผิดชอบด้าน การประชาสัมพันธ์ O7 : เพื่อพัฒนา ทักษะการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้ บุคลากร มหาวิทยาลัยมี บทบาทเป็นนัก	1. บุคลากรกอง ประชาสัมพันธ์ ได้รับการพัฒนา ไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของ บุคลากรกอง ประชาสัมพันธ์	โครงการอบรมเชิง ปฏิบัติการ การ สร้างสรรค์เนื้อหา ข่าวและการ เลือกใช้สื่อเพื่อการ สื่อความหมายใน ยุคดิจิทัล												170,000.00	น.ส.อภิญา พูลทรัพย์ งานสื่อสาร องค์กรและข่าว	25, 26	8
			โครงการการ อบรมเชิง ปฏิบัติการสร้าง พอดแคสต์เพื่อการ สื่อสารในยุคดิจิทัล													100,000.00	น.ส.จรัชตรี ธน รัตน์พิมลกุล งานสื่อสาร องค์กรและข่าว	25, 26

ชื่อแผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย ผลลัพธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปีงบประมาณ 2567										งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	ตอบสนอง			
				ไตรมาส ที่ 1			ไตรมาส ที่ 2			ไตรมาส ที่ 3			ไตรมาส ที่ 4			KPI ม.	KPI สอ.		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.					ส.ค.	ก.ย.
ประชาสัมพันธ์ องค์กร	ประชาสัมพันธ์ องค์กร		โครงการจัดทำ แผนปฏิบัติการ ประชาสัมพันธ์ของ หน่วยงาน												22,330.00	น.ส.แหวดาว ญาณะ งานบริหารและ ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์	25, 26	9	
			โครงการจัดทำคู่มือ ประชาสัมพันธ์													15,000.00	น.ส.แหวดาว ญาณะ งานบริหารและ ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์	25, 26	7
			โครงการเปิดโลก ทัศน์นัก ประชาสัมพันธ์มือ อาชีพในยุคดิจิทัล													150,000.00	น.ส.อภิญา พุลทรัพย์ งานสื่อสาร องค์กรและข่าว	25, 26	8
			โครงการก้าวสู่การ เป็นพิธีกรมืออาชีพ (M.C. Professional)													80,000.00	น.ส.สิริญา ณ นคร งานสื่อสาร องค์กรและข่าว	25, 26	8
			โครงการอบรมเชิง ปฏิบัติการ PR อาสา4													150,000.00	น.ส.อาพัชรี ศิริ นาโพธิ์ น.ส.สุธาสินี ผู้ อยู่สุข งานบริหารและ ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์	25, 26	8
			โครงการอบรมเชิง ปฏิบัติการการ ถ่ายภาพ													125,000.00			
			- กิจกรรมการ ถ่ายภาพ เพื่อใช้ใน														นายวิทยา กวี วิทยากรณ์	25, 26	8

ชื่อแผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย ผลลัพธ์	โครงการ/กิจกรรม	ปีงบประมาณ 2567										งบประมาณ	ผู้รับผิดชอบ	ตอบสนอง			
				ไตรมาส ที่ 1			ไตรมาส ที่ 2			ไตรมาส ที่ 3			ไตรมาส ที่ 4			KPI ม.	KPI สอ.		
				ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.			ส.ค.	ก.ย.		
			การประชาสัมพันธ์ (50,000บาท)																
			- กิจกรรมการ ถ่ายภาพ เพื่อใช้ใน การผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ (75,000บาท)														งานสื่อสาร องค์กรและข่าว		
																	นายธนพล มูล ประการ	25, 26	8
																	งานบริหารและ ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์		

2.4 รายละเอียดโครงการและงบประมาณ

แผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัดโครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	หมายเหตุ
แผนงานสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดี ของมหาวิทยาลัย	<p>01 : เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารให้ประชาคม รับรู้เกี่ยวกับการ ดำเนินงานของ มหาวิทยาลัยอย่าง ถูกต้องและต่อเนื่อง</p> <p>02 : สร้างทัศนคติเชิง บวกและความเชื่อมั่น ต่อมหาวิทยาลัย</p> <p>03 : สร้างการยอมรับ และมีส่วนร่วมของ เครือข่ายและ กลุ่มเป้าหมายในการ ดำเนินงานตาม ยุทธศาสตร์และ แผนพัฒนา มหาวิทยาลัย</p> <p>04 : สร้างคลังข้อมูล สารสนเทศด้านการ ประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัย</p>	<p>1. ร้อยละ 80 ของ กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วน เสียรู้จักมหาวิทยาลัย</p> <p>2. ผู้รับบริการมีความ พึงพอใจระดับดีมาก</p> <p>3. ผู้ที่ได้ข้อมูลผ่าน ช่องทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ มี ความพึงพอใจระดับดี มาก</p> <p>4. ผู้ที่เข้าถึงข้อมูล และการมีส่วนร่วมไม่ น้อยกว่า 5,000 ครั้ง ต่อเดือน</p>	โครงการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์	ป้ายประชาสัมพันธ์จำนวน 50 ป้าย	235,000.00	
			โครงการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผลงาน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา	1.มีการนำเสนอข่าวสารของมหาวิท าลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ในสื่อออนไลน์ ไม่น้อย กว่า 20 ชิ้นงานต่อเดือน จำนวน 6 เดือน	417,300.00	
			โครงการส่งเสริมการพัฒนาและ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าราชมงคล ล้านนา	2.มีการนำเสนอข่าวสารของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนาในสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่น้อยกว่า 5 ชิ้นงานต่อเดือน จำนวน 6 เดือน	1,047,800.00	
			โครงการส่งเสริมการพัฒนาและ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าราชมงคล ล้านนา ตามแนวคิด กินได้ ใช้ได้ ขายเป็น อยู่ได้ ในระยะที่ 2	ผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยเป็นที่ รู้จักและสามารถนำไปจำหน่ายเพื่อ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้	171,970.00	
			โครงการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรผ่าน ผลิตภัณฑ์ตราสินค้าราชมงคลล้านนา	ผลงาน องค์กรความรู้ นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์และ ผลิตภัณฑ์ของ มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและ สามารถนำไป จำหน่ายเพื่อสร้าง มูลค่าทางเศรษฐกิจได้	223,432.00	

แผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัดโครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	หมายเหตุ	
	O6 : ประเมินผลการสื่อสารการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง		โครงการสืบสานสัมพันธ์สื่อมวลชน และเลี้ยงขอบคุณผู้สื่อข่าว	1.ได้รับการเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เครือข่ายไม่น้อยกว่า 50 ข่าว ต่อปี 2. ได้รับการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ อย่างน้อย 3 ช่องทาง	180,700.00		
			โครงการผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์	1.วีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย 2.ได้คลังภาพเคลื่อนไหวของมทร. ล้านนา รูปแบบใหม่ที่เป็นการจัดการเรียนการสอน 3.ได้วีดิทัศน์ที่เข้าถึงกลุ่มนักศึกษาและนักเรียน 4.ได้คลังภาพเคลื่อนไหวเกี่ยวกับนักศึกษาเพิ่มมาก 5.คลิปสั้น 6.ได้ยอดผู้ติดตามในสื่อโซเชียลเพิ่มมากขึ้น	625,000.00		
			- กิจกรรมจัดทำวีดิทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัยฯ (495,000บาท)				
			- กิจกรรมจัดทำวีดิทัศน์แนะนำและแนะนำนักศึกษาใหม่ (100,000 บาท)				
			- กิจกรรมประกวดคลิปสั้น (30,000บาท)				
			โครงการถ่ายภาพเพื่อสร้างภาพลักษณ์บุคลากร มทร.ล้านนา 6 พื้นที่	1.ได้รูปภาพบุคลากรที่เป็นเอกลักษณ์เดียวกันเพื่อประชาสัมพันธ์ในสื่อขององค์กร 2.สร้างขวัญกำลังใจให้พนักงานรู้สึกถึงการให้ความสำคัญจากองค์กร	92,600.00		

แผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัดโครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	หมายเหตุ
			โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกียรติประวัติบุคลากรผู้ปฏิบัติราชการประจำปี	1.เล่มเกียรติประวัติผู้ปฏิบัติราชการ 2.รูปพร้อมกรอบ จำนวน 46 กรอบ 3.ช่อดอกไม้ จำนวน 46 ช่อ	215,800.00	
			โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การจัดการศึกษา มทร.ล้านนา (E-book)	E-book จำนวน 1 เล่ม	130,000.00	
			โครงการสำรวจการเป็นที่รู้จักมหาวิทยาลัย จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัย	ผลสำรวจการเป็นที่รู้จัก	100,000.00	
			โครงการประกวดตราสัญลักษณ์ครบรอบ 20 ปี แห่งการสถาปนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	ตราสัญลักษณ์ครบรอบ 20 ปี	150,000.00	
			โครงการประชุมเพื่อสร้างการสื่อสารองค์กรจากงานวิจัยสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ภายใต้กิจกรรมการจัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ในตราสินค้าราชมงคลล้านนา	1. กองประชาสัมพันธ์มีฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ 2. กองประชาสัมพันธ์สามารถเผยแพร่ข้อมูลและสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจ	300,000.00	
			กิจกรรมสนับสนุนงานสถานีวิทยุกระจายเสียง มทร.ล้านนา	สถานีวิทยุกระจายเสียงมทร.ล้านนา ออกได้เป็นปกติ	38,210.00	
			- ค่าทดสอบมาตรฐานทางเทคนิคของเครื่องวิทยุกระจายเสียง 7,500 บาท			

แผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัดโครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	หมายเหตุ
			- ค่าการทดสอบแพร่แปลงปลอม 7,500 บาท			
			- ค่าถ่ายถอดสัญญาณระบบวิทยุออนไลน์ 3,210 บาท			
			- ค่าบอกรับสมาชิกโปรแกรมควบคุมการกระจายเสียง ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต SAM Broad caster PRO			
แผนงานพัฒนาสมรรถนะด้านการสื่อสาร และศักยภาพบุคลากรงานประชาสัมพันธ์	O5 : เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ O7 : เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรมหาวิทยาลัยมีบทบาทเป็นนักประชาสัมพันธ์องค์กร	1. บุคลากรกองประชาสัมพันธ์ ได้รับการพัฒนาไม่น้อยกว่าร้อยละ 90 ของบุคลากรกองประชาสัมพันธ์	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวและการเลือกใช้สื่อเพื่อการสื่อความหมายในยุคดิจิทัล	- บุคลากร ผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์มีทักษะในการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อให้น่าสนใจและตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ครอบคลุม - หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยมีการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจเพิ่มมากขึ้น	170,000.00	
			โครงการการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างพอดแคสต์เพื่อการสื่อสารในยุคดิจิทัล	-นักศึกษา คณาจารย์ บุคลากร สามารถผลิตพอดแคสต์ เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ทางวิชาการได้อย่างน่าสนใจ -เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการให้มากขึ้น และสามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ ทุกเวลา	100,000.00	
			โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน	แผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 แผน	22,330.00	

แผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัดโครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	หมายเหตุ
			โครงการจัดทำคู่มือประชาสัมพันธ์	คู่มือการปฏิบัติงานกอง ประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 เล่ม	15,000.00	
			โครงการเปิดโลกทัศน์นักประชาสัมพันธ์ มืออาชีพในยุคดิจิทัล	บุคลากรกองประชาสัมพันธ์ / ผู้เกี่ยวข้อง สามารถสื่อสารได้อย่าง สร้างสรรค์ น่าสนใจ ตรงกับ กลุ่มเป้าหมายและสื่อสาร ข้อมูล ข่าวสารโดยเลือกใช้สื่อของ มหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพ	150,000.00	
			โครงการก้าวสู่การเป็นพิธีกรมืออาชีพ (M.C. Professional)	1. เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับมหาวิทยาลัย 2. เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของ ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ และผู้สนใจด้านงานพิธีกร 3. เพื่อเป็นการสร้างพิธีกรสำหรับ งานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย	80,000.00	
			โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ PRอาสา4	1.บุคลากรสามารถออกแบบ กราฟิกได้ 2.ได้คลังเทมเพลตและวัตถุเพื่อใช้ ในการออกแบบ	150,000.00	
			โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการ ถ่ายภาพ	1.เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีทักษะ การถ่ายภาพนิ่งและภาพวิดีโอเพื่อ งานประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น	125,000.00	
			- กิจกรรมการถ่ายภาพ เพื่อใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ (50,000บาท)	2.เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีความรู้		

แผนงาน	วัตถุประสงค์	เป้าหมาย	โครงการ/กิจกรรม	ตัวชี้วัดโครงการ/กิจกรรม	งบประมาณ	หมายเหตุ
			- กิจกรรมการถ่ายภาพ เพื่อใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ (75,000บาท)	ความเข้าใจในการใช้อากาศยานไร้คนขับถ่ายภาพ 3.ได้ภาพนักศึกษาเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ 4.ได้บุคลากรที่มีทักษะการถ่ายภาพเพิ่มมากขึ้น		
รวมทั้งสิ้น					4,740,142.00	